



BUREAU DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DO CAFÉ

VOL. 6 / Nº. 12 / 13 MARÇO 2018

RELATÓRIO INTERNACIONAL DE **TENDÊNCIAS DO CAFÉ**



SOBRE NÓS

O Bureau de Inteligência Competitiva do Café é um programa que busca oferecer informações e análises relevantes para o setor cafeeiro nacional. A informação se tornou crucial para a competitividade de qualquer atividade econômica e com a cafeicultura não é diferente. Por isso, buscamos reunir, analisar e divulgar dados e informações que permitam aos agentes da cadeia agroindustrial do café planejar e tomar decisões melhores.

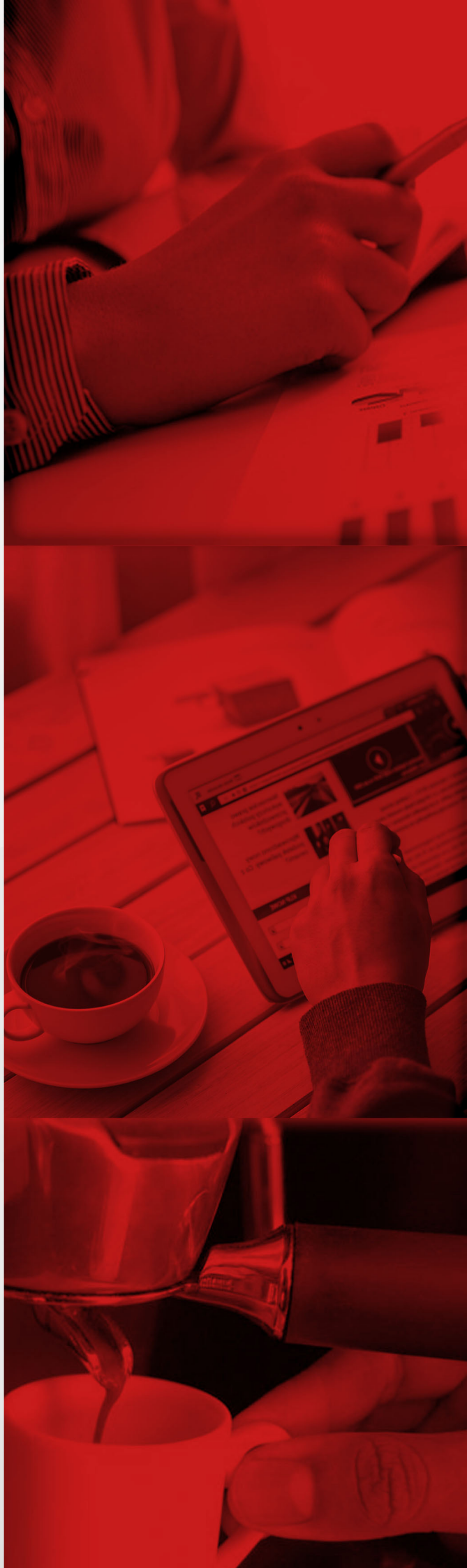
Nosso trabalho se iniciou em 2010, com apoio financeiro da FAPEMIG. A partir de 2012, o projeto passou a ser apoiado pelo Pólo de Excelência do Café, que conta com recursos fornecidos pela FAPEMIG por meio da Secretaria Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Desde 2014, o Bureau também conta com o apoio do Consórcio Pesquisa Café.

O mentor do projeto é o prof. Luiz Gonzaga de Castro Junior, doutor em Economia Aplicada e pesquisador do mercado de café desde 2002. As atividades são realizadas no Centro de Inteligência em Mercado (CIM), sediado na Universidade Federal de Lavras (UFLA). O CIM tem se consolidado como uma organização especializada em pesquisas e prestação de serviços para agentes do agronegócio.

Em 2012, o Bureau publicou relatórios sobre a Terceira Onda do consumo de café e sobre a indústria de cápsulas. Estes trabalhos foram muito bem recebidos pelo setor e consolidaram o Bureau como fonte de informações e análises relevantes. Em outubro daquele ano foi elaborado o primeiro Relatório Internacional de Tendências do Café, publicação que já é referência para os agentes da cadeia agroindustrial do café.

Atualmente o Bureau integra a Agência de Inovação do Café (InovaCafé), uma organização gerenciada pela UFLA que busca integrar os conhecimentos das diferentes áreas relacionadas ao café e criar soluções e inovações para o setor.

Equipe do Bureau de Inteligência Competitiva do Café





EDITORIAL

Este é o último número do Relatório Internacional de Tendências do Café. Sim, após mais de 5 anos de muitas análises e conhecimentos compartilhados, a publicação chega ao seu fim, mas é por uma boa causa. A cafeicultura mudou e nós precisamos mudar também. Para continuarmos criando conteúdo relevante precisaremos adotar uma nova estrutura organizacional e um modelo de negócios. Com isso, uma nova publicação será lançada em breve. Este número possui um conteúdo especial. Ao final de cada seção, preparamos um pequeno balanço sobre o período 2012-2017. No final, ao invés dos insights, fizemos uma análise das contribuições do relatório para a cafeicultura brasileira.

Até breve.

Eduardo Cesar Silva
Coordenador do Bureau



EQUIPE

Prof. Dr. Luiz Gonzaga de Castro Junior

Eduardo Cesar Silva

Angélica da Silva Azevedo

Diego Humberto de Oliveira

Prof. Dr. José Márcio Carvalho

Projeto Gráfico: i9 agência de criação

ÍNDICE



1. PRODUÇÃO.....2



2. INDÚSTRIA.....5



3. CAFETERIAS.....8



4. FINAL11



PRODUÇÃO

AMÉRICA CENTRAL

Costa Rica

O Instituto do Café da Costa Rica (Icafé) liberou a cultivar Catiguá MG2 para plantio no país. Ao longo do processo de avaliação, conduzido durante 7 anos pelo instituto, ela apresentou uma produtividade até 60% maior que a Catuaí, utilizada como testemunha. A Catiguá possui resistência contra a ferrugem (*Hemileia vastatrix*) e ótimo potencial para a produção de cafés especiais.

A cultivar foi desenvolvida no Brasil por pesquisadores da EPAMIG/UFV a partir de um cruzamento entre um Catuaí Amarelo IAC 86 e um Híbrido de Timor. Segundo o Eng. Agrônomo Jorge Ramírez Rojas, a Catiguá foi levada para a Costa Rica por ele em 2008, juntamente com outros materiais genéticos, como parte de um programa de cooperação técnica entre o Icafé e centros de pesquisas brasileiros, como a EPAMIG, o IAC e a UFV. Com informações da Agência EFE e Jorge Ramírez.

AMÉRICA DO SUL

Colômbia

Venezuelanos na colheita do café

A colheita do café na Colômbia se tornou uma opção de renda para os venezuelanos que fogem da pobreza em seu país natal. No departamento de Risaralda, um dos mais importantes produtores de café da Colômbia, 400 venezuelanos trabalharam na colheita no segundo semestre de 2017.

Segundo autoridades locais, entre esses venezuelanos há muitos com experiência na agricultura. O salário que eles recebem pelo trabalho nas lavouras de café é considerado bom diante da grave situação econômica da Venezuela.

Nos departamentos de Santander e Norte de Santander também há registros de venezuelanos trabalhando nas lavouras. Ainda não existem dados sobre os demais departamentos cafeeiros.

A chegada de trabalhadores estrangeiro é positiva para a cafeicultura colombiana. A Federação dos Cafeicultores calcula que o país possui um déficit de 60 mil trabalhadores para a colheita do café.

Nos últimos anos, sob os governos autoritários de Hugo Chávez e Nicolás Maduro, a economia da Venezuela foi severamente prejudicada. O país enfrenta uma hiperinflação que corrói a renda da população e há escassez de alimentos. Dados recentes indicam que mais da metade da população do país passa fome.

Para fugir dessa situação, muitos venezuelanos vão para outros países e o principal destino é a Colômbia. O número de venezuelanos no país chegou a 550 mil no final de 2017, dos quais apenas 126 mil estavam regularizados legalmente. E a cada dia chegam mais alguns milhares de pessoas.

De acordo com a Organização das Nações Unidas, já são mais de um milhão de venezuelanos refugiados em outros países. Trata-se da pior crise de refugiados na história da América Latina. Com informações de Agência EFE, La Republica e The Washington Post.

Renovação das lavouras

O presidente da Colômbia, Juan Manuel Santos, se comprometeu a garantir recursos financeiros para que o país renove mais 100 mil hectares de café até 2024. Com isso, a produção colombiana chegará a 18 milhões de sacas.

Santos está em seu segundo mandato presidencial. Ele foi eleito em 2010, sucedendo Álvaro Uribe, e reeleito em 2014. Próximo de deixar o cargo, ele quer assegurar que a Colômbia tenha recursos para continuar o programa de renovação nos próximos governos.

Durante o 85º Congresso Cafeeiro da Colômbia, Santos afirmou que o país renovou 700 mil hectares de lavouras entre 2009 e 2017. A área total cultivada está em 900 mil hectares. Com informações da Agência EFE e do Governo da Colômbia.

ÁSIA

Myanmar

Os cafés especiais de Myanmar, país do sudeste asiático, foram “descobertos” pelo mundo em 2017, após o concurso nacional de qualidade ser realizado. O café campeão obteve nota 89,58, fato que foi amplamente noticiado pela mídia especializada.

O aumento do interesse pelos cafés do país fez o governo estudar maneiras de ampliar a produção local. As autoridades querem quadruplicar a área plantada até 2030. Atualmente, ela é de 20 mil hectares, com produção de 130 mil sacas anuais.

Segundo o vice-presidente da Associação do Café de Myanmar, U Win Aung Kyaw, os preços pagos ao cafeicultor no país estão muito bons. Em dezembro, eles alcançaram o maior nível do ano e a expectativa é que continuem subindo em 2018. De acordo com o vice-presidente, nos últimos meses o interesse de compradores da Europa e da Ásia aumentou.

Em novembro de 2017, Myanmar participou da fundação da Associação do Café da Ásia, formada por 48 países. A cerimônia foi realizada em Yunnan, província que produz a maior parte do café da China. Durante o evento, foi realizado um concurso de cafés asiáticos e a amostra de Myanmar ficou em segundo lugar. A primeira posição ficou com um café da Indonésia, e a terceira com a China. Com informações do Myanmar Times.

Panorama da produção mundial de café entre 2012 e 2017

América

A cafeicultura da América Central sofreu com a ferrugem. A doença se alastrou causando grandes perdas na produção e desemprego nas regiões afetadas. Felizmente, a cafeicultura centro americana está se recuperando com o apoio dos governos nacionais e organizações internacionais.

Honduras se consolidou como maior país produtor da região, quebrando um longo período de domínio da Guatemala. A Costa Rica avança com a sua cafeicultura sustentável, em busca de zerar as emissões de carbono do setor e ganhar reconhecimento internacional por isso. Apesar da grande reputação obtida com a produção de cafés lavados, os altos custos de produção, associados a problemas climáticos e a incidência de pragas e doenças, fazem com que políticos e cafeicultores da região se interessem cada vez mais pelo *Coffea canephora*. O cultivo dessa espécie na região, e seu eventual crescimento, será uma quebra de paradigmas para a cafeicultura mundial.

Na América do Sul, a Colômbia foi muito bem-sucedida em seu programa de renovação das lavouras. Após quase duas décadas de redução no volume colhido, o país passou a ampliar sua oferta. A produção aumentou de 7,6 milhões de sacas, em 2011/2012, para 14,6 milhões em 2016/2017. Agora, o objetivo do governo é chegar a 18 milhões nos próximos anos.

O Brasil manteve sua liderança mundial nas exportações. Apesar dos problemas climáticos que afetaram diversas regiões produtoras a partir de 2014, o país apresentou exportações elevadas nos últimos anos. A produção de cafés certificados e especiais também é crescente, o que mostra o preparo dos cafeicultores brasileiros para atender as demandas internacionais. Os pesquisadores brasileiros continuam desenvolvendo novas tecnologias para todas as etapas de produção e manejo. A mecanização ganha espaço e a internet ajuda os produtores a se manterem informados.

Ásia

O Vietnã mantém a sua tendência de aumento da produção e exportação de café. O envelhecimento das lavouras pode causar problemas na próxima década, por isso o governo trabalha para viabilizar a sua renovação. A especialização do país na produção de *Coffea canephora* ajudou no abastecimento da indústria mundial de café solúvel, um produto cujo consumo cresce a cada ano. As autoridades vietnamitas querem que o país exporte mais café com valor agregado, principalmente solúvel e torrado e moído. Nos últimos anos a exportação vietnamita de cafés industrializados apresentou grande incremento, o que é algo raro entre as nações produtoras.



O país continuará sendo o principal concorrente brasileiro por um bom tempo. O Vietnã está em uma localização estratégica para atender a crescente demanda da Ásia, a região com maior potencial de crescimento do consumo nas próximas décadas.

A China desponta como origem produtora de *Coffea arabica*. Com o apoio do governo e de empresas, os cafeicultores chineses recebem subsídios e extensão rural. Ao mesmo tempo, as autoridades chinesas trabalham para criar uma forte presença global, algo que é demonstrado pela criação da Associação de Café da Ásia, a construção de um porto seco que se liga por via férrea aos principais mercados da Europa e a realização de grandes eventos internacionais relacionados ao café.

A produção chinesa se encontra na faixa de 2 milhões de sacas anuais, com estimativas de que possa chegar a 4 milhões nos próximos anos e, talvez, a 8 milhões no final da década de 2030. Com isso, o próprio país compensa parte do aumento do seu consumo interno. Atualmente, a maior parte do café chinês é exportado, enquanto o país importa grãos de robusta para o mercado interno. Esse cenário é ruim para o Brasil, já que não há uma grande demanda por arábica dentro da China e o gigante asiático passa a ser um concorrente no mercado europeu, enviando carregamentos de café por meio de trens. Trata-se de um país com potencial para alterar o atual cenário da produção de café no mundo.

África

A Organização Internacional do Café estima em 10,9 milhões o número de agricultores e trabalhadores diretamente envolvidos com a cafeicultura na África. No entanto, eles produziram apenas 15,6 milhões de sacas em 2016/2017, o que evidencia o tamanho diminuto das lavouras e a baixa produtividade. Como comparação, o Brasil, com cerca de 300 mil cafeicultores, tem potencial para produzir mais de 50 milhões de sacas em um ano.

A produção africana em 2016/2017 foi inferior à obtida em 1965/1966. Ou seja, enquanto o consumo e a produção mundial cresceram muito nos últimos 50 anos, a cafeicultura africana foi incapaz de acompanhar o mercado.

De acordo com várias análises publicadas ao longo dos anos neste relatório, o ambiente institucional da cafeicultura africana é ruim para os produtores. Leis ruins que desestimulam os cafeicultores, falta de investimentos em extensão rural e pesquisa e instabilidade política são alguns dos problemas que afetam a atividade no continente. Para que a cafeicultura africana possa crescer de maneira sustentável, gerando renda e desenvolvimento, é preciso que mudanças profundas sejam realizadas.

EM BREVE

**Uma nova
publicação
especializada
em café.**

**100% digital
100% cafeinada**



Cadastre-se para saber mais e receber o primeiro número com exclusividade.*

[CADASTRAR](#)

*Limitado aos 200 primeiros cadastros.





INDÚSTRIA

NESTLÉ

Em dezembro de 2017, a Nestlé anunciou uma parceria com a CMR, operadora de restaurantes no México, para a abertura de uma rede de cafeterias Nescafé no país. As duas companhias farão um investimento conjunto de 42,5 milhões de dólares para abrir 150 lojas até 2025.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Feebbo, 55% dos mexicanos possuem o hábito de tomar café todos os dias, tendo um consumo per capita de 1,4 quilo por ano. Esse consumo fomenta a entrada de grandes redes de cafeterias no país, como a Starbucks, que possui uma fatia de 45,4% do mercado, o Café Punta del Cielo, que conta com 12,9% e The Italian Coffee Company, com 11,3%.

KAFFA

Após a Jacobs Douwe Egberts lançar cápsulas de alumínio para suas marcas L'Or e Douwe Egberts (ver RITC v.6 n.05), agora é a vez da portuguesa Kaffa adotar o material. As cápsulas de alumínio da empresa são compatíveis com o sistema Nespresso. A companhia também comercializa *single cups* compatíveis com os sistemas Dolce Gusto e Delta Q, além daquelas desenvolvidas para suas próprias máquinas. No entanto, para estas o material utilizado ainda é o plástico.

A tecnologia para produção das cápsulas de alumínio foi desenvolvida pela unidade da Kaffa em Portugal e, por enquanto, elas estão disponíveis apenas no país europeu.

Até meados de 2017, a Nespresso era a única companhia a produzir cápsulas de alumínio. As vantagens de se utilizar esse material consistem na sua capacidade de manter as propriedades do café, como o aroma e o sabor, por mais tempo e, também, pelo fato do alumínio poder ser infinitamente reciclado. Com informações do Hipersuper e da Kaffa.

TAEQ

A Taeq, marca de alimentação saudável das redes Extra e Pão de Açúcar, anunciou o lançamento de uma linha de cápsulas de café orgânico. As cápsulas são produzidas com café 100% arábica, provenientes de fazendas de São Paulo, e compatíveis com o sistema Nespresso. Os produtos serão comercializados nas lojas das redes distribuídas em todo o país. As informações são do portal Segs.

KEURIG

Em janeiro, a Keurig e a companhia norte-americana Dr. Pepper Snapple Group celebraram um acordo de fusão para a criação da Keurig Dr. Pepper. A nova empresa terá presença em quase todos os pontos de venda da América do Norte graças ao seu portfólio diversificado de bebidas, que conta com marcas já consagradas na região. A Dr. Pepper atua no mercado de refrigerantes, chás e sucos.

Conforme Bob Gamgort, CEO da Keurig, a fusão das duas empresas permitirá a criação de uma companhia capaz de atender as necessidades dos consumidores, detentora de grandes marcas e com um canal de distribuição bem estruturado para atender quase todas as localidades.

O acordo com a Dr. Pepper marca o retorno da empresa de cafés ao mercado de refrigerantes. Em 2016, após um fraco desempenho nas vendas, a Keurig decidiu descontinuar a linha Kold, que contava com máquina e cápsulas para o preparo de bebidas geladas, como refrigerantes, chás e bebidas esportivas.

Apesar do objetivo inicial ser a integração das duas empresas, Gamgort não descarta a possibilidade de aquisições futuras. A expectativa é que a transação seja concluída até 30 de junho deste ano, a partir da aprovação dos acionistas da Dr. Pepper e dos órgãos reguladores. Com informações do Dr Pepper e do The New York Times.

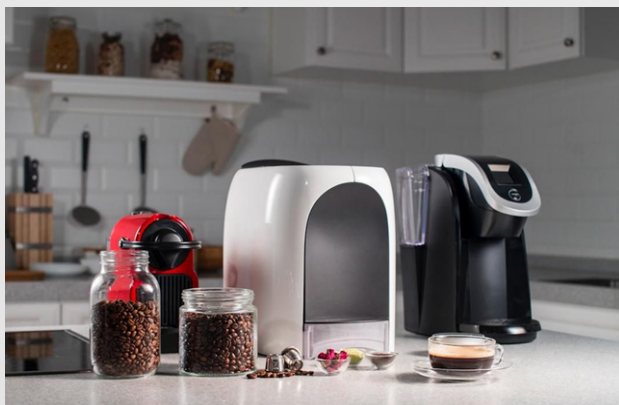
REVO

As máquinas de café em dose única se popularizam por conta da sua praticidade no preparo da bebida. Para desfrutar do crescimento no consumo de monodoses, diversas empresas desenvolveram cápsulas reutilizáveis, que podem ser recarregadas com o pó de preferência dos consumidores. Apesar de se mostrarem como uma alternativa interessante, visto que causam menos danos ao meio ambiente, dão a liberdade de se utilizar o café de preferência e apresentam um menor custo, inúmeros problemas são apontados pelos usuários do produto.

O consumidor precisa de um moedor para obter o café na granulometria correta. E é exatamente aí que ocorre o principal problema apontado pelos usuários. Na internet, é possível encontrar diversos relatos sobre a dificuldade de se determinar a moagem correta dos grãos, de forma que a extração seja feita de forma correta pela máquina. Além disso, os consumidores precisam compactar o pó de maneira adequada e fechar corretamente a cápsula.

Para simplificar o processo, uma *startup* desenvolveu uma máquina que realiza todo o procedimento automaticamente. Denominada como Capsulier, a empresa conseguiu aporte inicial por meio da plataforma Kickstarter. A máquina de cápsulas, Capsulier Revo, mói os grãos, recarrega as monodoses e as lacra, deixando-as preparadas para o uso imediato. As *single cups* são compatíveis com o sistema Nespresso. Neste vídeo é possível observar como a máquina funciona <https://goo.gl/M8xnYa>.

As cápsulas da Capsulier são feitas de alumínio, material que mantém o aroma e o sabor do café por mais tempo. A capacidade de processamento da máquina é de 8 cápsulas por vez. Um aplicativo está em fase de desenvolvimento, por meio dele será possível controlar a Capsulier Revo por meio do smartphone. A máquina está disponível para venda no site da companhia e custa US\$199,00. As informações são de Cnet e Capsulier.



Imagens: Capsulier



CEM
CENTRO DE INTELIGÊNCIA EM MERCADOS



Panorama da indústria do café entre 2012 e 2017

A indústria do café passou por grandes mudanças desde 2012. As cápsulas se consolidaram no Brasil e no mundo, as grandes torrefadoras se preocupam cada vez mais com sustentabilidade e responsabilidade social corporativa, a indústria de café da Ásia cresceu de maneira impressionante e muitas microtorrefadoras surgiram para surfar a terceira onda do café.

No cenário internacional, o mercado continua sendo dominado por poucas empresas. O que mudou foram as empresas que fazem parte desse grupo dominante. D. E. Master Blenders e Mondelez saíram de cena para darem lugar à Jacobs Douwe Egberts (JDE), formada a partir dos ativos de café de ambas. A JDE, por sua vez, pertence à JAB Holding, controlada pela família Reimann, da Alemanha. Até poucos anos atrás o café sequer fazia parte dos negócios da holding, mas em pouco tempo eles compraram grandes empresas de torrefação e redes de cafeterias. Entre as aquisições da JAB estão a Keurig Green Mountain, Peets Coffee, Caribou Coffee, Krispy Kreme e Intelligentsia Coffee. A Nestlé mantém a liderança mundial na fabricação de café industrializado, com a JDE em segundo. Na sequência aparecem Lavazza, Tchibo, Starbucks, Strauss e J. M. Smucker.

O mercado de café em cápsulas amadureceu com a entrada de centenas de empresas. Hoje, existem inúmeras opções a disposição do consumidor. A Nespresso perdeu mercado, mas ainda é a referência do setor. Nos

países desenvolvidos as vendas de cápsulas já não crescem tanto e a preocupação ambiental com as cápsulas usadas é cada vez maior. No Brasil, quando o Bureau iniciou a publicação dos relatórios em 2012, não havia nenhuma fábrica de café em cápsulas. Hoje, as empresas estabelecidas no país fabricam milhões de cápsulas todos os anos e já exportam para alguns países.

O crescimento da demanda por cafés especiais criou oportunidades para cafeterias e torrefadoras artesanais. É visível como o número de empresa que vendem cafés especiais para o consumidor final cresceu nos últimos anos. Um desdobramento dessa tendência foi o surgimento dos clubes de assinatura de cafés especiais e cápsulas. Acompanhando essa evolução do mercado, a oferta de cursos de torra e degustação também cresceu.

Os cafés torrados tradicionais ainda representam a grande maioria do que é comercializado no Brasil, mas as gôndolas dos supermercados possuem cada vez mais cafés especiais, algo que se nota até no interior.

A partir das análises feitas para o RITC, os pesquisadores vinculados ao Bureau fizeram pesquisas acadêmicas sobre temas relevantes para a indústria. Veja algumas nos links abaixo:

[Medidas Sustentáveis no Mercado de Café em Dose Única](#)

[Transformações recentes na indústria brasileira de café](#)

[Governança privada e sustentabilidade na indústria do café](#)



INOVACAFÉ

AGÊNCIA DE INOVAÇÃO DO CAFÉ





CAFETERIAS

STARBUCKS

Acompanhando o crescimento do mercado chinês de café, a Starbucks investiu na abertura de uma grande loja em Shanghai, a capital do país. Trata-se da maior loja da rede no mundo, com 2,7 mil metros quadrados. A Starbucks Reserve Roastery Shanghai é inspirada na loja Roastery de Seattle, inaugurada em 2014. Ela possui capacidade para atender até 7 mil consumidores por dia.

O cardápio inclui as bebidas habituais da companhia, chás Teavana e assados fornecidos pela Princi, uma padaria artesanal italiana adquirida recentemente pela Starbucks. Na cafeteria os clientes podem, também, acompanhar os processos de torrefação e moagem dos grãos.

Conforme Howard Schultz, presidente executivo da Starbucks, a China representa a oportunidade mais importante para a companhia no momento. Nesta unidade, a empresa deseja trabalhar de forma a torná-la única e relevante para os consumidores chineses. Com informações do City Weekend, Folha de São Paulo e Starbucks.

COSTA COFFEE

Para atender a demanda dos clientes por alternativas ao leite de vaca, a Costa Coffee lançou duas bebidas à base de leite de coco, além de inserir o ingrediente como substituto para as principais bebidas da rede, por um pequeno valor adicional.

De acordo com Russell Brateman, diretor global de inovações, as alternativas sem lácteos e sabores naturais são tendências crescentes, sendo o coco popularizado por essas novas demandas. Ainda segundo Brateman, o leite de coco combina bem com o café e é uma boa opção para os clientes. Os novos produtos à base de leite de coco estão disponíveis em todas as lojas da Costa Coffee no Reino Unido. As informações são do The Scotsman.

SECOND CUP

Diante da crescente demanda por produtos saudáveis, a Second Cup anunciou o compromisso de eliminar das suas bebidas o uso de corantes e aromatizantes artificiais, conservantes e xarope de milho de alta frutose. Para tanto, a empresa criou o selo Clean Label, utilizado para sinalizar uma nova linha de produtos feitos apenas com ingredientes naturais.

Atualmente, 25 bebidas estão dentro do padrão Clean Label, dentre elas café coado, lattes, cappuccinos e smoothies, além dos chocolates quentes e moccaccinos. A mudança representa 70% do menu disponibilizado pela empresa.

Conforme Garry Macdonald, Presidente e CEO da Second Cup, os canadenses estão cada vez mais informados e preocupados com a alimentação, o que os motiva a buscar por opções mais saudáveis. Ainda segundo Macdonald, a empresa busca proporcionar aos seus clientes uma experiência inovadora e com cafés premium, desse modo, o CEO acredita que a mudança para bebidas Clean Label seja um passo importante para nesse projeto. Com informações do Cision.

CHINA

O desenvolvimento da cultura do café na China tem impulsionado o crescimento de grandes redes de café, como a Starbucks, pequenas cadeias, cafeterias independentes e padarias. O mercado chinês de café é liderado pela Starbucks, que possuía uma fatia de 54,8%. Para o presidente executivo da companhia, Howard Schultz, o aumento da classe média tem proporcionado oportunidades no país.

No último trimestre, as vendas da Starbucks na China aumentaram 8% e a empresa segue realizando investimentos no país. Recentemente, a companhia adquiriu seu parceiro de joint venture no leste chinês, assumindo a gestão de mais de 1,3 mil unidades localizadas em Xangai, Jiangsu e Zhejiang. A empresa também abriu em Xangai a sua maior unidade do mundo, tem melhorado a oferta de alimentos e investido em plataformas móveis para pagamento.

No entanto, mesmo com tantos esforços, alguns consumidores preferem as cafeterias menores. Conforme Yu Limin, analista da Euromonitor, marcas pequenas e cafeterias independentes têm obtido altas taxas de crescimento. As lojas de conveniência que servem café da manhã também estão aproveitando a popularidade da cultura do café na China, com a inserção da bebida em seu cardápio.

Outras grandes redes também encaram o mercado chinês como uma oportunidade para seus negócios, como McDonald's, Costa Coffee, Massimo Zanetti e Peet's Coffee. Conforme Pascal Heritier, diretor de operações da Massimo, a China é uma das prioridades da companhia neste ano. Para Heritier, o crescimento é para toda a indústria do café, não apenas para as cafeterias, desse modo a China é um país a ser observado por todos os atores do café. As informações são do Reuters.

REINO UNIDO

O Reino Unido enfrenta grandes problemas em relação ao uso de copos descartáveis. A estimativa é que sejam utilizados 7 milhões de copos de café descartáveis por dia, ou 2,5 bilhões ao ano, gerando um grande volume de resíduos. Apesar de serem fabricados com material reciclado, menos de 1% passam pelo processo.

As dificuldades para a reciclagem estão relacionadas ao revestimento interno de polietileno, utilizado para tornar os copos impermeáveis e conter o líquido. Além disso, um copo sujo de café é inviável para a reciclagem. Desse modo, plantas de reciclagem convencionais não são capazes de reaproveitá-los, sendo necessário enviá-los para instalações especiais. No Reino Unido há somente 3 usinas com capacidade de reciclar esses resíduos.

Como uma tentativa de reduzir os resíduos provenientes dos copos descartáveis, o Comitê de Auditoria Ambiental do Reino Unido apresentou a proposta ao Governo para o estabelecimento de um "imposto do latte" no valor de 25 pence (um quarto de libra esterlina) por cada copo, além de propor que, até 2023, todos os copos sejam reciclados. O imposto arrecadado pela medida será utilizado para ampliar a capacidade de reciclagem dos copos descartáveis no Reino Unido. Ainda conforme o comitê, caso o objetivo não seja cumprido dentro do prazo estabelecido, o governo deveria proibir os copos de café descartáveis. Com informações do Independent.

A ONDA DAS CAFETERIAS (2012-2017)

As cafeterias nunca foram tão populares. A Starbucks abriu milhares de lojas ao redor do globo, inclusive em mercados jovens e promissores, como China e Índia. Muitas outras redes internacionais seguiram os passos da empresa de Seattle e abriram lojas em diversos países, ajudando a criar uma cultura de consumo de bebidas diferenciadas. As grandes redes cumprem com um importante papel de construir o mercado para cafés diferenciados em regiões pouco habituadas à bebida. Por outro lado, elas não conseguem atender a demanda por cafés de altíssima qualidade, cuidadosamente selecionados e torrados. Esse nicho é preenchido por cafeterias independentes, um tipo de estabelecimento que também se popularizou bastante.

As cafeterias independentes representam a terceira onda do consumo do café. Com a oferta de cafés de origem única, preparados de diversas maneiras, elas colocaram o mercado em um novo patamar de qualidade. Recentemente, as grandes torrefadoras começaram a se interessar por esse segmento e compraram algumas redes de cafeterias de terceira onda.

No Brasil, o setor de cafeterias está em rápido crescimento. Muitas lojas independentes foram abertas por empreendedores dedicados. Algumas das primeiras cafeterias brasileiras que adotaram o foco em qualidade, ainda nos anos 2000, estão apostando na abertura de novas lojas. Além disso, diversas redes de franquias de café foram criadas e algumas obtiveram alto crescimento.

Os cursos de barista se espalharam por todo o país. As novas cafeterias oferecem cursos e workshops para a formação de profissionais e para educar o consumidor. Juntamente com as torrefadoras artesanais, essas cafeterias estão transformando o consumo de café dos brasileiros.



**Consórcio
Pesquisa Café**





A CONTRIBUIÇÃO DO RELATÓRIO INTERNACIONAL DE TENDÊNCIAS DO CAFÉ

EDUARDO CESAR SILVA
LUIZ GONZAGA DE CASTRO JUNIOR

O primeiro Relatório Internacional de Tendências do Café (RITC) foi publicado no dia 03 de outubro de 2012. Este é o 62º número da publicação, e também o último. Ao longo de pouco mais de 5 anos o RITC se tornou uma referência para a cafeicultura brasileira. Ao priorizar a análise de fontes internacionais, a equipe do Bureau foi capaz de antecipar muitas tendências e propor análises originais acerca da cafeicultura do século XXI. Vamos lembrar algumas.

Logo no primeiro número, apresentamos algumas tendências que foram importantes durante os anos seguintes. Aquele relatório abordou as cafeterias móveis (bikes e vans) numa época em que isso ainda não existia no Brasil, deu uma das primeiras notícias em português sobre a Keurig Green Mountain e destacou a importância da utilização das redes sociais como ferramentas de comunicação para as cafeterias, mais especificamente o Facebook e o Instagram.

Naquele momento, o Instagram ainda era pouco conhecido no Brasil. O número de usuários no mundo todo estava em 80 milhões. Hoje, ele conta com mais de 800 milhões de usuários, dos quais 50 milhões estão no Brasil. Ter uma conta nessa rede se tornou quase uma obrigação para as empresas.

Nos meses, e anos, seguintes, os relatórios acompanharam a evolução da terceira onda do café, um conceito que era novidade em 2012. Inclusive, o Bureau teve papel relevante na divulgação da terceira onda ao publicar a primeira análise detalhada sobre o tema, em julho de 2012.

O Bureau também foi o primeiro a destacar a importância que as cápsulas de café teriam no país. Em 2012, quase todas as cápsulas consumidas por aqui eram importadas. Havia apenas uma pequena produção artesanal. Nossas análises também foram pioneiras em alertar para o problema ambiental que as cápsulas causavam e apontar a viabilidade do Brasil como exportador de café em dose única. Quanto a esse ponto, cabe mencionar que a fábrica da Nestlé em Montes Claros já exporta cápsulas para alguns países.

Sobre os concorrentes brasileiros, monitoramos as dificuldades dos cafeicultores africanos, prejudicados pelos seus próprios governantes. Como a África produz cafés únicos e muito valorizados, grandes multinacionais decidiram investir no setor, apoiando os cafeicultores e

suprindo as lacunas deixadas pelo estado. Essa abordagem com foco nas instituições que influenciam o desenvolvimento da cafeicultura foi uma contribuição do Bureau para o debate sobre a pobreza das lavouras de café.

Acompanhamos o declínio e, depois, a recuperação da cafeicultura colombiana, bem como a ascensão de Honduras. Nos últimos meses, analisamos alguns países com produção pequena para os padrões mundiais, mas que estão se destacando pela qualidade, como Myanmar, Congo, Timor Leste e Sudão do Sul.

Em uma série de análises feitas para o projeto Campo Futuro, uma parceria entre o Centro de Inteligência em Mercados e a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil, mostramos os avanços da cafeicultura brasileira por meio de séries históricas de produção e produtividade.

Além dos relatórios, os pesquisadores do Bureau compartilharam suas informações e opiniões com a cadeia produtiva em dezenas de eventos pelo Brasil. Foram palestras, congressos, reuniões e feiras em diversas cidades e organizações. Dentro da UFLA, auxiliamos muitos estudantes e pesquisadores com informações sobre as tendências da cafeicultura.

As análises do RITC também serviram de subsídio para muitos trabalhos acadêmicos. Existem teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso e artigos científicos que citam os relatórios, o que mostra a importância deles como registro histórico, e crítico, da cafeicultura nos últimos anos.

Encerramos a publicação do RITC felizes com as contribuições prestadas à cafeicultura brasileira. O site (www.icafebr.com.br) continuará no ar, como arquivo de consulta para os relatórios. Os principais acontecimentos da cafeicultura mundial ocorridos entre 2012 e 2017 estão registrados naquelas páginas.

O relatório de tendências termina aqui, mas o nosso trabalho continua. Uma nova publicação, maior e melhor que o RITC, está em desenvolvimento. O monitoramento das tendências mundiais continuará, mas também haverá muitos outros conteúdos: entrevistas, matérias especiais, cobertura de eventos, opiniões e outras novidades.

AGRADECIMENTOS

O trabalho que realizamos só foi possível graças ao apoio de muitas pessoas e organizações. Registramos aqui os nossos agradecimentos a elas.

FAPEMIG, Governo de Minas, Pólo de Excelência do Café, Universidade Federal de Lavras e Consórcio Pesquisa Café pelo apoio financeiro e material.

A todos os analistas e coordenadores que passaram pelo Bureau pelo trabalho e amizade.

Ao professor José Márcio, da Universidade de Brasília, pelas valiosas contribuições.

Aos veículos de mídia, pessoas e organizações que, em algum momento, ajudaram a divulgar o relatório.

A todas as organizações que convidaram o Bureau a apresentar seus resultados em palestras, congressos e feiras.

E um agradecimento especial aos milhares de leitores que tivemos ao longo dessa jornada.

Luiz Gonzaga de Castro Junior
Eduardo Cesar Silva

Lavras, 13 de março de 2018

APOIO



Secretaria de Estado de Ciência,
Tecnologia e Ensino Superior

FONTES

Produção: Agência EFE, Governo da Colômbia, Jorge Ramirez, La Republica, Myanmar Times, The Washington Post.

Indústria: Capsulier, Cnet, Dr Pepper, Hipersuper, Kaffa, Merca 2.0, Segs, The New York Times.

Cafeterias: Cision, City Weekend, Folha de São Paulo, Independent, Reuters, Starbucks, The Scotsman.

COMO É FEITO O RELATÓRIO?

O relatório é dividido em três seções temáticas (produção, indústria e cafeterias) e uma seção de insights. Cada seção temática é iniciada por um sumário que apresenta os principais pontos abordados nos tópicos seguintes. Os tópicos, por sua vez, são elaborados a partir de notícias nacionais e internacionais coletadas pela equipe do Bureau. Nos Insights, os analistas do Bureau apresentam a sua interpretação e considerações acerca dos tópicos apresentados em cada número.

COMO CITAR O RELATÓRIO?

RELATÓRIO INTERNACIONAL DE TENDÊNCIAS DO CAFÉ. Lavras: Bureau de Inteligência Competitiva do Café, v.6, n.12, 13 mar. 2018. 13 p.



Centro de Inteligência em Mercados,
Agência de Inovação e Desenvolvimento do Café,
Universidade Federal de Lavras, CEP: 37200-000



(35) 3829-1443



cimufla@gmail.com



www.icafebr.com.br



facebook.com/bureaudocafe

