



Aumento no consumo interno de café deve levar Brasil a ser o maior consumidor da bebida no ano de 2012

O café é o produto a ser assistido em 2011, devido aos atrasos de produção e ao aumento de consumo mundial. Enquanto os preços atingiram máximos de 13 anos, a produção e a qualidade do café foram impactados por intempéries em vários países. Um reforço à elevação dos preços vem da China, onde o consumo de café está aumentando muito rápido.

O aumento da demanda associado com a queda da produção global, graças a uma combinação de mau tempo está levando os preços a níveis mais altos em 2011. A demanda de café vem crescendo rapidamente a uma taxa de 2 a 2,5% ao ano ao longo da última década e é esperado que continue a crescer a uma taxa semelhante nos próximos anos, podendo chegar a mais de 150 milhões de sacas em 10 anos. No ano de 2010 o consumo global girou em torno 131 milhões de sacas, e embora não existam dados consolidados, estima-se que consumo foi um milhão de sacas a mais que em 2009, e 700 mil a menos que em 2008. O saldo global de café em 2011/12 deverá gerar um déficit de aproximadamente 4 milhões de sacas, já que espera-se que o consumo chegue a 135 milhões.

Em geral, a OIC (Organização Internacional do Café) atribui este crescimento à implementação de programas para aumentar o consumo nos países exportadores e outros fatores de desenvolvimento do consumo interno.

O crescimento do consumo de café se deve, entre outros fatores, às bebidas de qualidade superior especializadas a base de espresso, que são extremamente populares entre os jovens. O consumo de café é um fenômeno global, onde a maioria dos consumidores são viciados no produto e outros são fascinados pelo seu aroma e sabor excepcional, entre outras razões exaustivas.

Outras variantes da bebida, como cafés gelados também estão tomando uma quota do mercado, especialmente entre os jovens consumidores, e empresas como Starbucks, McDonald's, Aroma Café e Martinez, entre outros, desenvolveram estes produtos com sucesso. Esta linha de consumo tem crescido constantemente nos últimos anos, principalmente nos meses mais quentes do ano.

Diante da oferta insuficiente dos países produtores para atender a demanda, o preço do café deverá ser reajustado em até 25% ao longo do ano.

Brasil

No Brasil, atualmente se consome entre 18 e 20 milhões de sacas de café ao ano no mercado interno, e hoje o país é o segundo maior consumidor mundial de café, ficando atrás dos Estados Unidos, principal consumidor do produto, com cerca de 22 milhões de sacas consumidas por ano. Enquanto estima-se que a média mundial de crescimento do consumo de



BUREAU DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DO CAFÉ

Relatório 1

Consumo

café seja de 1,5% ao ano, o Brasil tem crescido a taxas incomparáveis e lidera o crescimento do consumo doméstico ao redor do mundo com aumento médio de 5% ao ano, estimulado pelo rápido crescimento econômico e impulsionado pelo poder de compra e consumo de cafés mais sofisticados.

O consumo per capita de café torrado no Brasil quebrou o recorde registrado há 45 anos e em 2010 registrou 4,81kg por habitante, volume que supera os 4,72kg registrados em 1965 pelo Instituto Brasileiro do Café (IBC). Este consumo equivale a quase 81 litros de café por pessoa ao ano. O aumento foi de 3,5% sobre 2009 (que ficou em 4,65 kg). Mesmo com a alta, o brasileiro ainda consome um quilo por ano a menos que o alemão (5,86kg por habitante), mas supera os índices da Itália e França, grandes consumidores de café.

Para 2011, a Abic projeta um crescimento novamente de 5% em volume, o que elevaria o consumo para 20,27 milhões de sacas. As vendas do setor em 2010 devem ter atingido R\$ 7 bilhões e a entidade estima que cheguem a R\$ 7,5 bilhões em 2011. Com isso, o Brasil, que já é o maior produtor e exportador de café do mundo, passaria a ser o maior mercado consumidor, posição tradicionalmente ocupada pelos Estados Unidos.

Em 2010, foram industrializados 19,13 milhões de sacas de 60 kg, o que representa um crescimento de 4,03% em relação a 2009, que havia sido de 18,39 milhões de sacas. Esta taxa é mais do que o dobro do aumento médio do consumo mundial de café.

A partir de fevereiro de 2011 entrou em vigor a Instrução Normativa 16 (IN 16) que exige controle de pureza e umidade do grão, tornando o café do dia-a-dia melhor para o consumidor. Para a Abic, a melhoria contínua da qualidade do café oferecido aos consumidores é uma das razões que faz o mercado interno ser um dos que mais crescem no mundo.

Novas formas de consumo aumentaram o consumo da bebida no país. Em 2010 as máquinas domésticas ganharam força e os consumidores passaram a consumir café em casa, de forma prática: em sachê e em cápsula. A Nestlé é um exemplo disso e a empresa estima que a receita de vendas da Nespresso, que pertence ao grupo, tenha aumentado 70% no país em 2010. A companhia, no entanto, não divulga cifras por região.

Por meio da Nescafé Dolce Gusto, a Nestlé entrou nas residências e tornou mais popular no Brasil o conceito de "cafeteria dentro de casa". Ela vende máquinas que preparam diferentes bebidas à base de café, a partir das cápsulas produzidas pela própria empresa, fidelizando o cliente. A demanda maior nas cafeterias também ajudou a valorizar o produto. No Brasil nos últimos sete anos, o consumo do café fora de casa cresceu 170%, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic).

O crescimento dos cafés gelados, como o movimento Starbucks, também tem auxiliado no crescimento do consumo, principalmente pelos jovens. A busca pela melhoria da qualidade, tanto por parte dos produtores como dos industriais e cafeterias tem favorecido o aumento do consumo a cada ano, e o melhor, consumo de cafés de qualidade. O aquecimento do mercado gourmet também ajudou e hoje existem diversas opções para quem gosta de versões incrementadas da bebida.



BUREAU DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DO CAFÉ

Relatório 1

Consumo

O consumo por grãos gourmet e especiais mais que duplicou, comparando-se 2008 com o ano passado, e demonstrou um aumento de 1,5%, passando de 1,2% para 2,7%. Características como aroma, corpo diferenciado, doçura e origem dos grãos são alguns dos diferenciais que já são percebidos por quem consome café gourmet. Este tipo de consumidor busca alta qualidade acima de tudo e está disposto a pagar por um excelente café. Apesar de parecer pequeno, o segmento gourmet representa de 7% a 8% das vendas totais no Brasil (que foram de R\$ 6,8 bilhões em 2009). O setor acredita nessa tendência de aumento de consumo dessa bebida tão tradicional, tanto que a Abic estima que este segmento de cafés diferenciados, embora represente a menor parte do consumo continue apresentando taxas de crescimento de 15% ao ano. Todos os grandes nomes, de Starbucks a Sara Lee, têm ampliado sua presença aqui nos últimos anos. É natural que o consumo de café continue crescendo, com a economia brasileira sendo impulsionada e as boas previsões que se fazem para o crescimento do PIB, do consumo das classes C, D e E, mais a previsão de que as classes A e B poderão crescer 50% até 2015.

Segundo a pesquisa “Tendências do Consumo de Café 2009”, realizada pela Associação Brasileira da Indústria do Café (Abic), os jovens são os que menos consomem café no Brasil. Os números mostram que, na faixa etária de 15 a 19 anos, 35% não consomem café; de 20 a 26 anos, são 20%; de 27 a 35 anos, 12%; de 36 a 50 anos, 11%; e 22% entre aqueles com mais de 50 anos. Também se deve destacar que a faixa etária entre 20 e 26 anos concentrava a maior parte dos consumidores de café naquele ano: 28%. Em segundo lugar, estão os que têm entre 15 e 19 anos, com 24% do consumo.

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) investiu R\$ 3 milhões, em 2010, no incentivo às exportações e ao consumo do café nacional nos mercados interno e externo. Pelo quarto ano consecutivo, o ministério apoiou o estande brasileiro em feiras internacionais direcionadas aos cafés especiais. Em 2010, o governo promoveu a participação do setor cafeeiro nas exposições de Anaheim (EUA), Londres (Inglaterra) e Tóquio (Japão), que têm como público, produtores, exportadores, importadores, varejistas, baristas, além de consumidores locais. Esses países são grandes consumidores da bebida e ocupam posições de destaque no ranking mundial.

Outra ação de incentivo ao consumo da bebida é o programa de degustação de café solúvel, que recebe recursos do Funcafé desde 2006. O objetivo do programa é divulgar o produto aos consumidores internacionais para ampliar e consolidar mercados. Neste ano, o programa levou o produto brasileiro a 83 estabelecimentos das quatro maiores redes de supermercado do Chile e Uruguai, onde há preferência pelo café solúvel (no Chile, 95% do café consumido é solúvel). O mascote “Incrível Café” estará nas televisões brasileiras, desta vez com uma campanha publicitária que estimula o consumo do produto, misturado ao leite, entre crianças e adolescentes.

Com a previsão de 20 milhões de sacas de 60 kg para o consumo do mercado interno e 25 milhões para o mercado externo, estimando um total de 45 milhões de sacas, é esperado um déficit de dois milhões de sacas, uma vez que a safra brasileira estimada para 2011 é de 43 milhões.



BUREAU DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DO CAFÉ

Relatório 1

Consumo

Estados Unidos

Nos Estados Unidos, estudo da Organização Internacional do Café (OIC), mostra que o país consumiu 21,4 milhões de sacas de café em 2009, um aumento de 14% desde 2000. Uma pesquisa americana (publicada pela revista Time) informa que apenas um quarto dos americanos com idade entre 18 e 24 anos consomem café diariamente, e dessa forma os americanos acima dos 45 anos devem garantir o crescimento das vendas de café nos Estados Unidos nos próximos cinco anos já que a maioria deles toma uma xícara da bebida por dia.

No país, 52% dos americanos com mais de 18 anos bebem café todas as manhãs e 30% da população toma café ocasionalmente, significando que mais de 80 por cento dos americanos consomem café. A média de consumo per capita é de 3,2 xícaras de café por dia, sendo que 35% dos consumidores preferem o café preto e têm a bebida de origem colombiana e com aroma de avelã como favoritos. Os Estados Unidos permanecem como o oitavo país em consumo per capita no mundo.

Em contrapartida, o café tem sido substituído por energéticos pelos consumidores mais novos, e o investimento das empresas deste setor contribuiu para esta substituição. Analistas norte-americanos afirmam que o investimento da indústria cafeeira em publicidade e solidificação de marca deve focar principalmente os cafés gourmets, caminho trilhado com sucesso pela rede Starbucks.

América Latina

Na América Latina o hábito de beber café está se intensificando nos principais países produtores do grão. No México, o consumo de café vem se fortalecendo há alguns anos e a expectativa é de que cresça 7% em 2010 na comparação com 2009. No ano passado, os mexicanos consumiram 2,2 milhões de sacas de café. Embora a demanda ainda seja baixa, o consumo de café triplicou nos últimos 10 anos, passando de 350 gramas para os atuais 1,2 kg para cada maxicano e tende a continuar subindo. O consumo do grão no país é 80% inferior ao dos EUA (6 kg) e 50% menor em relação a outros países produtores como Colômbia e Costa Rica (2,5 kg). As diversas organizações do setor no país intensificaram os esforços para aumentar as compras do produto doméstico no varejo. Cerca de 75% do café consumido no México é solúvel, o que demonstra e fortalece a noção de que a bebida produzida no país não tem nada de especial.

A Colômbia, maior produtor mundial de café arábica suave e lavado, variedade de alta qualidade, tem como objetivo aumentar o consumo em 30% durante os próximos seis anos, depois de uma década de estagnação no costume de ingerir a bebida. Os colombianos tendem a beber entre 1,2 milhão e 1,25 milhão de sacas de café por ano.

Assim como na Colômbia, o hábito de beber café na Guatemala, que é o maior produtor na América Central, permaneceu igual durante décadas, mas está começando a mudar. Os guatemaltecos consomem quase 300 mil sacas de café por ano, isto é, menos de 10% da produção do país. A maior parte da demanda é por café solúvel. Autoridades dizem que o consumo cresceu recentemente diante da disseminação das cafeterias nas áreas urbanas do país, que oferecem café espresso de qualidade. Espera-se que a demanda por café na



BUREAU DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DO CAFÉ

Relatório 1

Consumo

Guatemala prospere 1,5% neste ano, somando 340 mil sacas, ante 320 mil no ano passado, o que se deve ao fato de que a prática de beber cafés de qualidade começa a substituir o hábito de ingerir café solúvel.

No Chile os hábitos de consumo de café estão em um processo de profunda mudança, e o país está deixando de ser tradicionalmente um consumidor de café instantâneo e passando a ser um mercado que valoriza e utiliza grãos de café de qualidade. Todos os dias estão surgindo mais bebedores de café que apreciam e reconhecem as características de qualidade, sabor e aroma de um café.

Já a Argentina é o país latino-americano onde se vende o maior número de bebidas geladas à base de café. Na primavera e no verão o consumo de bebidas frias feitas com o grão tem crescido mais de 30% ao longo dos últimos três anos. Por exemplo, na Starbucks, um dos pedidos mais comuns é o Frappuccino que leva doce de leite, referência do gosto particular dos argentinos.

Europa

Na União Europeia, beber café recentemente tem sido uma tendência decrescente, passando de 41.1 milhões de sacas em 2006 para 38.6 milhões de sacas no ano passado (2010). As pessoas bebem café em condições de frio para "aquecer e ficar alerta", disse a OIC. Em contrapartida a demanda de café pode crescer à medida que mais consumidores passem a preparar bebidas tipo espresso em casa, segundo a Allegra Strategies Ltd.

O mercado britânico de café terá uma receita recorde de 5 bilhões de libras (7.730 milhões de dólares americanos) este ano, e os consumidores vão querer bebidas de "maior qualidade" quando visitarem as lojas. Segundo as últimas pesquisas de Allegra Strategies, o número de visitantes de lojas de café no Reino Unido aumentou em 2010, apesar da desaceleração econômica e o seu impacto sobre os gastos dos consumidores. O mercado cresceu mais de 12% em comparação com o setor de varejo, que foi de 2,5% de aumento em 2010. Parte desse crescimento futuro é esperado devido ao interesse crescente no consumo de café no país, com demanda por espresso e máquinas de preparo do produto para uso em casa.

Na Alemanha, pastilhas de café (coffee pads) e cápsulas para as máquinas de café espresso estão se tornando cada vez mais populares, especialmente para o café que é consumido fora de casa. Segundo a Associação Alemã do Café (Deutscher Kaffeeverband) os alemães consomem em média 149,5 litros de café anualmente, e o país importa um volume de 500 mil toneladas por ano, um número que o coloca em terceiro lugar no ranking mundial de maiores consumidores de café.

Outro fator que influencia diretamente no consumo de café são condições extremas de frio durante o inverno nos países europeus.

Ásia

Países da Ásia têm aumentado significativamente a procura por cafés. Na China, segundo a Organização Internacional do Café, os cidadãos consomem cerca de 0,76 kg de café por ano,



BUREAU DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DO CAFÉ

Relatório 1

Consumo

ainda um longo caminho atrás do líder mundial, porém o consumo do café disparou 40 % no país durante os últimos dois anos, e o mesmo desenvolve um gosto para a bebida quente.

No Vietnã, a estimativa de consumo é de 0,83 kg de café por pessoa, bem menor do que o consumo de outros países exportadores, como a Nicarágua, cujos cidadãos consomem 2,2 kg per capita e Brasil, onde se consome 4,81 kg por pessoa.

As Filipinas têm realizado a importação de café solúvel do Vietnã e Indonésia para aumentar as necessidades das torrefadoras de cafés especiais. O país não tem importado menos de 40 mil toneladas por ano durante os últimos dois anos, uma vez que o consumo do país subiu para 68 mil toneladas. O consumo de café do país está estimado em 6,5 milhões de xícaras por ano, e tem o consumo per capita em 0,620 kg, enquanto a Indonésia está em 0,870 kg, segundo dados da Organização Internacional do Café. O plano promotor de desenvolvimento do café de 2006 para este país estima que a demanda alcance 65.693 mil toneladas este ano, com a oferta um pouco abaixo de 60 mil toneladas. Em 2015, o plano estima uma demanda de 78.439 mil toneladas com uma fonte-alvo de 80 mil toneladas. Os números devem crescer junto com a crescente penetração das cadeias de café diferentes e a proliferação de cafés, tanto locais quanto internacionais.

No Japão, a terceira maior economia do mundo viu seu consumo de café crescer nos últimos anos. O Japão demanda 84 mil toneladas de café por ano, com consumo per capita de 1,7 kg (3,75 libras), segundo o site da Organização Internacional do Café.

Oriente Médio

No Oriente Médio, a maioria dos consumidores ainda são bebedores de chá, mas a demanda está crescendo a cada ano na região graças a misturas de alta qualidade do café torrado. Nestas circunstâncias, o café instantâneo, devido à sua relativa facilidade de preparação, é uma forma importante de apresentar aos consumidores o hábito de beber café. Ao longo do tempo (como está acontecendo no Reino Unido) há uma tendência a migrar para o café torrado e moído.

Devemos ver a expansão do consumo de café no Oriente Médio como um desafio saudável para o setor cafeeiro mundial. De fato, os mercados emergentes, como o Oriente Médio, mas também incluindo muitas outras partes da Ásia e também da Europa Oriental são, em conjunto com os mercados internos dos países produtores de café, os locais com maior potencial para aumento do consumo de café no futuro.

Considerações Finais

Devido aos baixos estoques, quedas de produção e alto preço no mercado internacional do café arábica, indústrias de café podem utilizar mais café robusta em suas misturas, porém deve enfrentar resistência de grande parte dos consumidores. Segundo observadores do mercado, há alguns anos os consumidores da bebida passaram a conhecer melhor os diferentes tipos de café e, portanto, não aceitarão grandes mudanças, já que consumidores com paladar mais refinado são capazes de perceber a diferença.



BUREAU DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DO CAFÉ

Relatório 1

Consumo

Em mercados mais desenvolvidos como Estados Unidos e Europa, os consumidores da bebida buscam cada vez mais as marcas premium de café arábica puro e uma companhia de café não vai mudar para o robusta, uma vez que existem mais marcas de melhor qualidade nos supermercados agora. Comerciantes disseram que o aumento de preço é preocupante, pois pode conter a demanda.

As tendências do mercado podem dificultar essa migração para o robusta, já que este é mais usado em cafés instantâneos ou solúveis, quando costuma ser misturado a outras variedades.

O crescente consumo de café no Brasil vai estreitar mais ainda a diferença entre oferta e demanda no já apertado mercado global, especialmente porque os consumidores procuram os grãos de melhor qualidade e o governo tenta evitar que o café de qualidade inferior seja comercializado.

A tendência é que a partir deste ano a bebida obtenha um novo e inédito patamar de preço, não só no Brasil, mas no mundo. O preço da saca de café arábica (Indicador Cepea/Esalq) teve um avanço de 49,31% em 2010 frente a 2009. Mesmo assim o café ainda é considerado um produto muito barato, e essa alta não foi transferida para o varejo, não prejudicando o consumo.

O consumo mundial de café vem aumentando a taxas consideráveis, e mercados “novos” como China e Oriente Médio são vistos com grande interesse das indústrias do setor. Os hábitos de países produtores também estão sofrendo mudanças e o consumo nesses países também tem crescido, tanto em função de programas de indústria e estatais, quanto a abertura de redes de cafeterias com tipos de café premium e gourmet, fazendo com que a tendência mundial seja que o mercado de cafés especializados continue aumentando sua participação na cadeia de consumo.

Analista Responsável: Alexandre Vilas Boas

Coordenador de Projetos: Fabrício Teixeira Andrade

Coordenador Geral: Luiz Gonzaga de Castro Junior