

Veículo: PORTAL DO AGRONEGÓCIO	Editoria: Notícias	Página:	Data: 29/11/2013
Tipo: INTERNET	Assunto: Consumo interno e externo de café são debatidos durante o VIII Simpósio dos Cafés do Brasil		
Unidade citada jornal Consórcio Pesquisa Café e Embrapa Café			
Fonte citada: Dirigente [] Chefe [] Outros empregados [] Sem citação [] Pesquisador []		Presença do nome: Capa [] Manchete [] Rodapé/legenda [] Citação [] Título [] Destaque no texto []	
Posição Gráfica: 02 elementos gráficos [] 03 elementos gráficos [] 04 elementos gráficos [] 05 ou mais elementos []		Ocupação na Página: 1/4 [] 2/4 [] 3/4 [] 1 página [] 2 páginas [] 3 ou mais páginas []	
Gênero: Crônica [] Entrevista [] Nota Informativa [] Notícia [] Artigo [] Coluna [] Reportagem [] Editorial [] Nota opinativa [] Carta ao leitor [] Charge [] Agenda []			
http://www.portaldoagronegocio.com.br/noticia/consumo-interno-e-externo-de-cafe-sao-debatidos-durante-o-viii-simpósio-dos-cafes-do-brasil-imprimir-e-mail-101291			

Consumo interno e externo de café são debatidos durante o VIII Simpósio dos Cafés do Brasil Imprimir E-mail

"Tendências de consumo e novas oportunidades para os cafés do Brasil", esse foi o tema da segunda palestra proferida durante o VIII Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil



"Tendências de consumo e novas oportunidades para os cafés do Brasil", esse foi o tema da segunda palestra proferida durante o VIII Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil, que ocorre de 25 a 28 de novembro no Fiesta Bahia Hotel, em Salvador-BA. A palestra foi ministrada a partir de dois focos: mercado interno, pelo professor da Universidade Federal de Lavras – Ufla – Luiz Gonzaga de Castro Júnior, e mercado externo, pelo gerente-geral do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil - Cecafé, Guilherme Braga.

Foco interno - "Inovação é importante na produção de qualquer alimento, mas no caso do café foi a inovação que fez com que esse produto chegasse a ser a segunda bebida consumida no mundo, só

perdendo para a água". Foi falando sobre inovação que Luiz Gonzaga de Castro Júnior, da Universidade Federal de Lavras, deu início à sua palestra. De acordo com ele, a inovação move o consumo de alimentos e os determinantes para isso são educação, população, demografia, renda e urbanização. Esses determinantes, por sua vez, fundamentam as cinco principais tendências para o consumo: sensorialidade e prazer, saudabilidade e bem-estar, conveniência e praticidade, confiabilidade e qualidade e sustentabilidade e ética. São tendências que se ligam a sentidos e que respondem a demandas impostas pela urbanização crescente e mudanças nos hábitos de vida das populações, cada vez mais exigentes por praticidade e segurança alimentar e por selos que indicam procedência, rastreabilidade e qualidade, entre outros atributos.

Gonzaga traçou um histórico sobre a inovação na indústria do café – pincelou imagens das primeiras máquinas de torrefação, chegando às máquinas que hoje transformam quase instantaneamente cápsulas de café nas bebidas prontas. Mencionou a importância da apresentação das embalagens e dos ambientes das cafeterias. "Inovação, portanto, não é focada apenas no produto", afirmou o palestrante que evoluiu em sua palestra para a apresentação de dados sobre o mercado de café, incluindo comparações sobre a produção de países concorrentes e sobre o comportamento do robusta e do arábica, e sugestões para a sustentabilidade do setor cafeeiro.

"Se a indústria cresce, o setor produtivo está vivendo de esperança", disse. Ele se referia às expectativas dos produtores por

apoio governamental ou por circunstâncias que favoreçam o aumento do preço do café brasileiro, a exemplo da queda da produção de países concorrentes. "Mas não se pode viver de esperança, é preciso que se tomem decisões racionais e, para isso, o produtor precisa contar com números e informações confiáveis, o que nem sempre acontece".

Luiz Gonzaga citou problemas da cafeicultura brasileira, como a baixa competitividade por causa dos custos de produção, inclusive no que se refere à mão de obra cara, ausências de políticas que possam beneficiar o setor – "as que existem hoje são paliativas" – e a falta de orientações aos produtores por parte das cooperativas e associações, além dos "investimentos errados na hora errada". Os caminhos para a sustentabilidade passam, segundo ele, pela melhoria da produtividade, políticas públicas, seguro, linhas de financiamento, verticalização para a agricultura de montanha e foco na gestão. "Não adianta correr atrás de mecanização e qualidade se não existir gestão."

Gonzaga forneceu dados sobre o mercado. Disse que, quando se fala em arábica, o grande vencedor nos últimos anos foi o Brasil, responsável por cerca de 14 milhões de sacas das 17 milhões que foram adicionadas à produção mundial no período de 1990 a 2012. No caso do robusta, foi o Vietnã. Encerrou mostrando números relacionados à crise de preços. "Quando a produção é superior ao consumo, o preço cai, é certo. E nossas análises mostram que se a produção cresce em 1% a mais que o consumo, o preço cai em 1,5%. Ou seja, pequenas oscilações na produção frente ao consumo geram impactos maiores no preço".

Foco externo - Guilherme Braga mostrou alguns números atuais do consumo mundial de café. Segundo ele, o mercado de café está em torno de 142 milhões de sacas produzidas, 41% delas consumidas pelos próprios países produtores e 69% pelos países importadores. Com relação ao perfil de consumo, mercados tradicionais, formado pelos EUA, Europa, Japão entre outros países, têm mantido preferência pelo consumo de café arábica (60%, contra 40% de robusta). Já nos mercados emergentes, como Leste Europeu, Coréia, Austrália, África do Sul, entre outros, 75% do café consumido é robusta, mas observa-se tendência de expansão do consumo em ambas as espécies de café. Do ponto de vista da produção mundial, 56% do volume consumido é de robusta e 44%, arábica. "Esses números, em específico, refletem situação não definida, não consolidada, o mercado tem sua dinâmica e os preços hoje praticados obviamente influenciam esse panorama atual", opinou.

Nos países produtores, que consomem 43,4 milhões das sacas produzidas mundialmente, de acordo com os dados do Cecafo, a espécie mais consumida é também a robusta (70%), contra 30% de arábica, sendo que 74% do volume consumido é proveniente dos próprios países que produzem o produto, 23% são exportações entre os produtores e 3%, re-exportações das importações.

Em contrapartida, o arábica responde por 61% da produção. No Brasil, essa preponderância se mantém; 76% da produção brasileira é arábica e a produtividade nacional é a maior do mundo: 23,48 sacas por hectare de arábica e 24,27, de robusta. A participação brasileira nas exportações mundiais diminuiu em 2012 e tem perspectiva de leve incremento este ano. "Essa conjuntura é reflexo dos baixos preços do produto e da estocagem de café. O lado positivo nesse cenário de crise é que o mercado mundial de café continua crescendo e deverá gerar 5,4 bilhões de dólares de receita", avaliou Braga.

De acordo com o gerente-geral, a crise cafeeira aponta desequilíbrio de produção e consumo mundial e deverá persistir pelos próximos dois ou três anos. "Nos países produtores, há consciência de que não vale a pena abrir mão de seus mercados. No caso brasileiro, é preciso reduzir custos para o produtor, incentivar financiamentos e subsídios adequados, regular o escoamento de safras e o fluxo de negócios, focados no processo de produção e estimular indústrias para aumentar estoques e demanda interna, medidas essas que devem ser tomadas continuamente e não somente em momentos de crise", concluiu Guilherme Braga.

Sobre o Simpósio - O Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil é realizado a cada dois anos pelo Consórcio Pesquisa Café, coordenado pela Embrapa Café. O principal objetivo do evento é promover ampla discussão com a comunidade científica e com representantes dos diversos setores da cadeia produtiva do café sobre conceitos modernos de produção para estimular debates permanentes de temas relacionados ao agronegócio café, que visem garantir o aumento da competitividade, melhoria da qualidade do produto e a sustentabilidade do setor cafeeiro, com inclusão social. O público-alvo constitui-se de pesquisadores, técnicos, professores, estudantes universitários, extensionistas, lideranças de associações e cooperativas, empresários, cafeicultores e demais segmentos interessados no desenvolvimento do agronegócio café, imprensa especializada e comunidade em geral, do país e do exterior. Essa é a 8ª. Edição do evento. O tema deste ano é "Sustentabilidade e inclusão Social".

Nespresso Online

www.nespresso.com/Máquinas



Data de Publicação: 29/11/2013 às 15:00hs

Fonte: Assessoria de Imprensa do VIII Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil

◀ [Leia outras notícias](#)