

Veículo: REVISTA FATOR BRASIL	Editoria: Notícias	Página:	Data: 24/11/2017
Tipo: INTERNET	Assunto: Três maiores empresas torrefadoras de café que operam no Brasil são responsáveis por mais de 50% das vendas		
Unidade citada jornal: Observatório do Café, Consórcio Pesquisa Café e Embrapa Café			
http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=352158			



PORTAL MÍDIA KIT BOLETIM TV FATOR BRASIL COMSCORE

24/11/2017 - 06:50

Três maiores indústrias torrefadoras de café que operam no Brasil são responsáveis por mais de 50% das vendas

No cenário da cafeicultura, nosso País há muitos anos se destaca como o maior produtor, exportador e segundo consumidor em nível mundial. Nesse contexto, de cada três xícaras consumidas no mundo uma é brasileira. Entretanto, o mercado brasileiro do produto industrializado tem se mostrado cada vez mais concentrado, pois, atualmente, as três maiores empresas do setor que operam aqui são responsáveis por mais de 50% das vendas. Dessa forma, para as pequenas e médias torrefadoras que beneficiam e vendem o café 'tradicional' o desafio para atuar nesse mercado altamente competitivo e acirrado é cada vez mais difícil.

De outro lado, existe um nicho que tem paulatinamente crescido e prosperado no nosso País: o das microtorrefadoras artesanais que trabalham com microlotes cuidadosamente selecionados e processados, o que resulta em um produto de melhor qualidade e com agregação de valor. Trata-se de um nicho que não é atendido pelas grandes empresas, pois as pequenas e médias torrefadoras fornecem grãos diretamente para cafeterias e também vendem seus produtos diretamente para o consumidor final por meio das mídias sociais e internet. Assim, enquanto as estatísticas demonstram que está havendo redução no número das grandes torrefadoras nas últimas duas décadas, as microtorrefadoras artesanais têm crescido a cada ano no atendimento desses segmentos de mercado.

Com relação ainda a outros 'nichos' de mercado, recentemente clubes de assinaturas de diversos produtos tem se espalhado pelo Brasil oferecendo produtos de beleza, cervejas, vinhos e, também, cafés, óbvio, devido à praticidade e comodidade desse modelo de negócios. Tais nichos começam a chamar a atenção de grandes empresas já consolidadas no mercado por meio das vendas online, como uma grande multinacional suíça do setor cafeeiro que ingressou em 2017 nesse mercado no Brasil, à semelhança do que já vinha fazendo em outros países da Europa. Nesse caso, ao realizar a assinatura, o cliente recebe gratuitamente uma máquina e tem o valor da mensalidade convertido em crédito para a aquisição de cafés ou acessórios. Caso o cliente mantenha sua assinatura por 12 meses, a máquina passa a ser dele. E se optar por finalizar o serviço antes de um ano, terá que pagar parte do custo do aparelho.

Esses dados e análises do mercado de café das grandes, médias e pequenas empresas, entre várias outras análises da produção e consumo no contexto da conjuntura nacional e mundial da cafeicultura, constam do Relatório Internacional de Tendências do Café, do Bureau de Inteligência Competitiva do Café (VOL. 6/Nº 09/30 OUTUBRO 2017), da Universidade Federal de Lavras – UFLA, instituição integrante do Consórcio Pesquisa Café coordenado pela Embrapa Café, o qual está disponível na íntegra no Observatório do Café.

Em relação especificamente a países produtores e exportadores de café, o Relatório destaca que as exportações de café de Honduras estão em alta e que esse país superou a Índia na produção e, mais que isso, que agora é o quinto maior exportador do mundo, segundo dados divulgados pela Organização Internacional do Café - OIC. O Bureau destaca também que, no período de outubro de 2016 a setembro de 2017, Honduras exportou 7,3 milhões de sacas, o que representou um crescimento de 41,8% em relação ao mesmo período anterior.

Assim, autoridades do setor de Honduras acreditam que em decorrência dos investimentos que vêm sendo realizados na lavoura de café, particularmente no aumento da produtividade, o país poderá superar a Indonésia e alcançar a quarta posição no ranking mundial brevemente. Até o início dos anos 2000, Honduras vendia menos café para o exterior do que o México ou a Guatemala. A partir desse ano, a cafeicultura mexicana apresentou declínio na produção, enquanto a Guatemala não tem demonstrado crescimento. Com isso o cultivo de café ganhou espaço em Honduras e hoje o país é o maior produtor da América Central.

O Relatório Internacional de Tendências do Café do Bureau de Inteligência Competitiva do Café traz ainda nesta edição uma análise bastante interessante. Como o chá e o café são duas plantas que estão competindo por serem as principais fornecedoras da cafeína para a humanidade, o café tem levado uma grande vantagem nas Américas, Europa, África e na parte muçulmana da Ásia. De outro lado, o chá, por sua vez, tem a preferência na Índia e extremo oriente (China, Coréias e Japão), além de ter um importante espaço na Europa, especificamente no Reino Unido.

No contexto competitivo do consumo do chá versus café, o Relatório do Bureau suscita duas questões: "Quando o chá e o café competem diretamente por um mercado, qual deles tem a chance de levar a melhor?". E, ainda, "Qual destas duas plantas conquistará a maior parte do consumo humano?". A resposta para essas duas perguntas pode vir de duas importantes constatações. Primeira: "a produção de café está em expansão mundial, e mais e mais pessoas estão consumindo esse produto". Segunda constatação: "em mercados tradicionais de chá, este tem cedido espaço para o café, tendo no Reino Unido, no Japão e na Coréia exemplos bastante claros. Nestes três países o consumo do café tem crescido sistematicamente e vem tomando o espaço do chá", conclui o Relatório nesses seus vaticínios.

Relatório Internacional de Tendências do Café, que é publicado mensalmente, faz parte do plano de ação do projeto "Criação e Difusão de Inteligência Competitiva para Cafeicultura Brasileira", do Consórcio Pesquisa Café. O projeto é financiado pelo Fundo de Defesa da Economia Cafeeira – Funcafé, do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – Mapa, e tem o objetivo de monitorar, analisar e difundir informações e indicadores relevantes para a competitividade da cafeicultura brasileira, bem como propor soluções estratégicas para os problemas enfrentados pelo setor. | Lucas Tadeu Ferreira/DF

[Enviar](#) [Imprimir](#)