



Cenário econômico e tendências de consumo foram a pauta do 24º Encafé

Mesa de Abertura

Evento trouxe inovações na programação e nas atividades educativas e práticas, atraindo mais participantes

36

Tempo de Comunicação

Em sua 24ª edição, o Encafé, maior encontro anual das indústrias de café e dos parceiros do setor, foi realizado pela ABIC de 23 a 27 de novembro no Hotel Transamérica – Ilha de Comandatuba, no litoral sul da Bahia, reunindo 430 participantes e 120 empresas. Com um time de experientes palestrantes, a programação trouxe para discussão desde a análise do atual cenário econômico, apresentada pelo economista Alexandre Schwartsman, até as tendências de consumo de café no Brasil e no mundo, que foram tema das apresentações de Jefferson Carvalho, consultor do Rabobank, de André Mendes, da Euromonitor, e de Edgard Bressani, da Capricornio Coffees.

Aguinaldo Lima, da Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel apresentou, em sua palestra, as parcerias que podem ser firmadas com as torrefações. E Sussumu Honda, presidente do Conselho Consultivo da Abras, fez uma análise sobre o café no varejo. No último dia de trabalhos, as palestras foram encerradas com a apresentação do medalhista olímpico e velejador Lars Grael, que emocionou a plateia com sua história de superação após ter perdido sua perna em acidente.

Lars Grael



Inovações

Uma inovação foi a Arena do Conhecimento, espaço reservado para palestras, workshops e atividades práticas, cujo objetivo foi apresentar uma gama de informações que auxilie os industriais a melhor entender e acompanhar as transformações do mercado e a definir estratégias de atuação. Entre os temas abordados estavam: terra para cafés de alta qualidade; terra e moagem de café para melhorar a qualidade do café Tradicional; avaliação sensorial de cafés filtrados e ‘espressos’ e avaliação de cafés em cápsulas. Paralelamente, aconteceu a já tradicional Exposição de Máquinas, Equipamentos, Produtos e Serviços, que permite o contato direto dos empresários com novos e antigos fornecedores. Com a presença de seus técnicos e consultores, os expositores apresentaram suas novidades e esclareceram dúvidas dos industriais e seus colaboradores.

Como faz tradicionalmente, o CeCafé também marcou presença no 24º Encafé, com um estande na área de exposição e com a participação do seu diretor técnico, Eduardo Heron. “Esse importante evento permite aos diversos agentes do setor cafeeiro a oportunidade de discutir temas essenciais e desafiadores para o desenvolvimento da cafeicultura brasileira, fortalecendo toda a cadeia do café, o que é bastante positivo”, avaliou Heron.

De acordo com o diretor do CeCafé, o Brasil possui grandes desafios quanto à produção sustentável e a garantia no abastecimento mundial de café. “A cafeicultura vive um momento oportuno para discussões maduras visando superar os grandes desafios do país, mas para tanto, a união dos setores se faz necessário para dar continuidade na liderança absoluta do Brasil no comércio mundial de café. Compreender melhor as dificuldades da cafeicultura brasileira e buscar soluções transparentes e que atendam as necessidades dos setores, através de um amplo debate e compartilhamento de informações, é o caminho para ajudarmos a superar esse momento. Não se trata apenas de preço ou oferta de café, mas confiança, transparência, sustentabilidade e garantia de abastecimento”, concluiu.

Consumo cresce, apesar da crise

A crise econômico-política dos últimos anos, que atingiu de forma mais drástica o país em 2016, não teve impacto sobre o volume de café negociado. O que houve foi uma substituição de produto, com os cafés tradicionais ocupando o espaço que estava na mão de marcas mais diferenciadas. Esta é uma das conclusões que fazem parte da pesquisa Tendências de Consumo de Café no Brasil, realizada pela Euromonitor International.

O consumidor, em momentos de crise, faz uma substituição por marcas mais baratas, mas no último trimestre a procura pelos cafés premium voltou a subir. O cenário desenhado pela consultoria aponta crescimento médio de 3,2% ao ano no consumo brasileiro de café até 2020.

A forma de consumir a bebida, contudo, vem mudando. Apesar de ser tradicionalmente um consumidor de café coado, o brasileiro começa a gostar das cápsulas e esse é o segmento que mais deve crescer até 2020. Os números da consultoria indicam um aumento de 7 mil toneladas em 2015 para 18 mil toneladas em 2020. A cápsula, embora sirva de entrada do consumidor no segmento de cafés premium, ainda apresenta um consumo incipiente devido ao seu alto preço e sua entrada tardia no Brasil.

O trabalho realizado pela Euromonitor International mostra que a qualidade segue sendo um atributo muito importante na hora de comprar café. Selos de chancela, diferenciação no conteúdo e na apresentação também elevam a percepção que o consumidor tem sobre a qualidade do produto. O café em pó, coado, segue sendo o predileto, mas o em grão torrado começa a ampliar sua presença, ou seja, começa a surgir o hábito de se moer o café na hora.

A pesquisa verificou um amadurecimento do hábito do consumo de café em *food services* e isso se deve a uma mudança no comportamento do consumidor. O consumo da bebida vem ganhando um aspecto mais social. O aumento de consumo até 2020 nos *food services* será de apenas um ponto percentual - o aumento no consumo fora de casa está intimamente relacionado à melhora na renda.

No que se refere a tendências, o estudo mostrou que o comportamento do mercado está dividido em quatro ondas. A primeira foi marcada pela venda maciça de cafés, a chegada do café instantâneo e a possibilidade de consumir café fresco em casa. A segunda onda se caracteriza pelo aparecimento dos *coffeeshops* e do café como indulgência.

Nesse momento, o mercado vive a terceira onda, marcada pelas pequenas torrefações regionais, que valorizam as características locais, e por novas técnicas de fabricação que enfatizam o sabor. Não se sabe qual a duração da onda atual e das características da que está por vir, mas a quarta deverá se caracterizar por uma reinvenção do café como bebida. ☺

37

CRÉDITO: CLÁUDIO AROUCA

Estande do CeCafé

