# Tendencias del Consumo del Café en Brasil

## Programas de Calidad, Certificación y Innovación

SELO DE PUREZA ABIC 1989

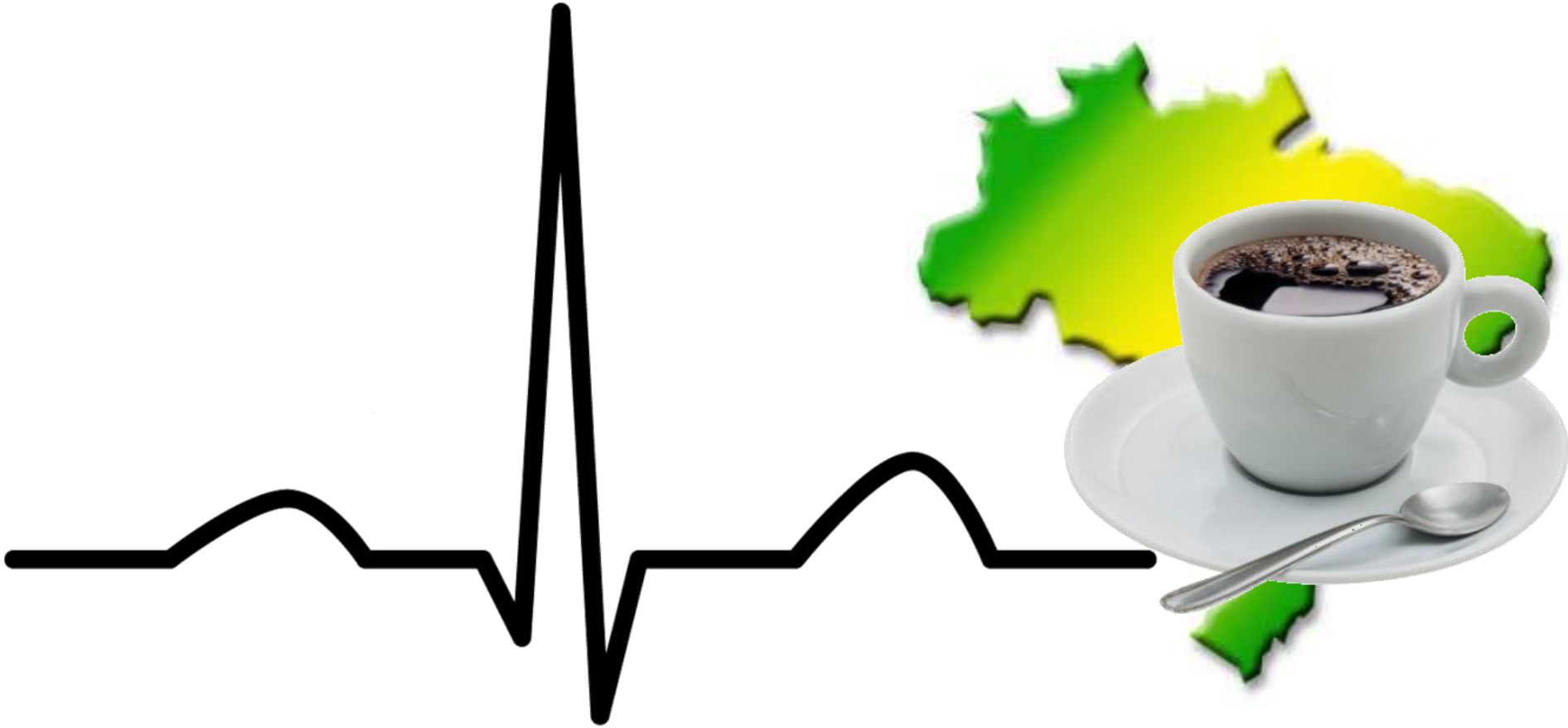
Associação Brasileira ABIC da Indústria de Café

2004

QualidadeCertificada

**Nathan Herszkowicz | Diretor Executivo**
**Asociación Brasileña de la Industria del Café**

# El diagnostico de las Industrias del Café en Brasil



## Norte

| | |
|---|---|
| Empresas | 54 |
| Sacos/mes | 24.937 |
| Marcas | 83 |

## Nordeste

| | |
|---|---|
| Empresas | 148 |
| Sacos/mes | 400.937 |
| Marcas | 279 |

## Centro-Oeste

| | |
|---|---|
| Empresas | 110 |
| Sacos/mes | 59.748 |
| Marcas | 195 |

## Sudeste

| | |
|---|---|
| Empresas | 725 |
| Sacos/mes | 732.551 |
| Marcas | 1.529 |

## Sul

| | |
|---|---|
| Empresas | 195 |
| Sacos/mes | 118.376 |
| Marcas | 374 |

## TOTAL

| | |
|---|---|
| Empresas | 1.232 |
| Sacos/mes | 1.336.549 |
| Marcas | 2.460 |

# PRODUCCIÓN DE LAS INDUSTRIAS DEL CAFÉ ASOCIADAS DE ABIC

**Micro**

336 empresas → 216 sacos/mes

**Pequeña**

31 empresas → 1.670 sacos/mes

**Mediana**

31 empresas → 4.756 sacos/mes

**Grande**

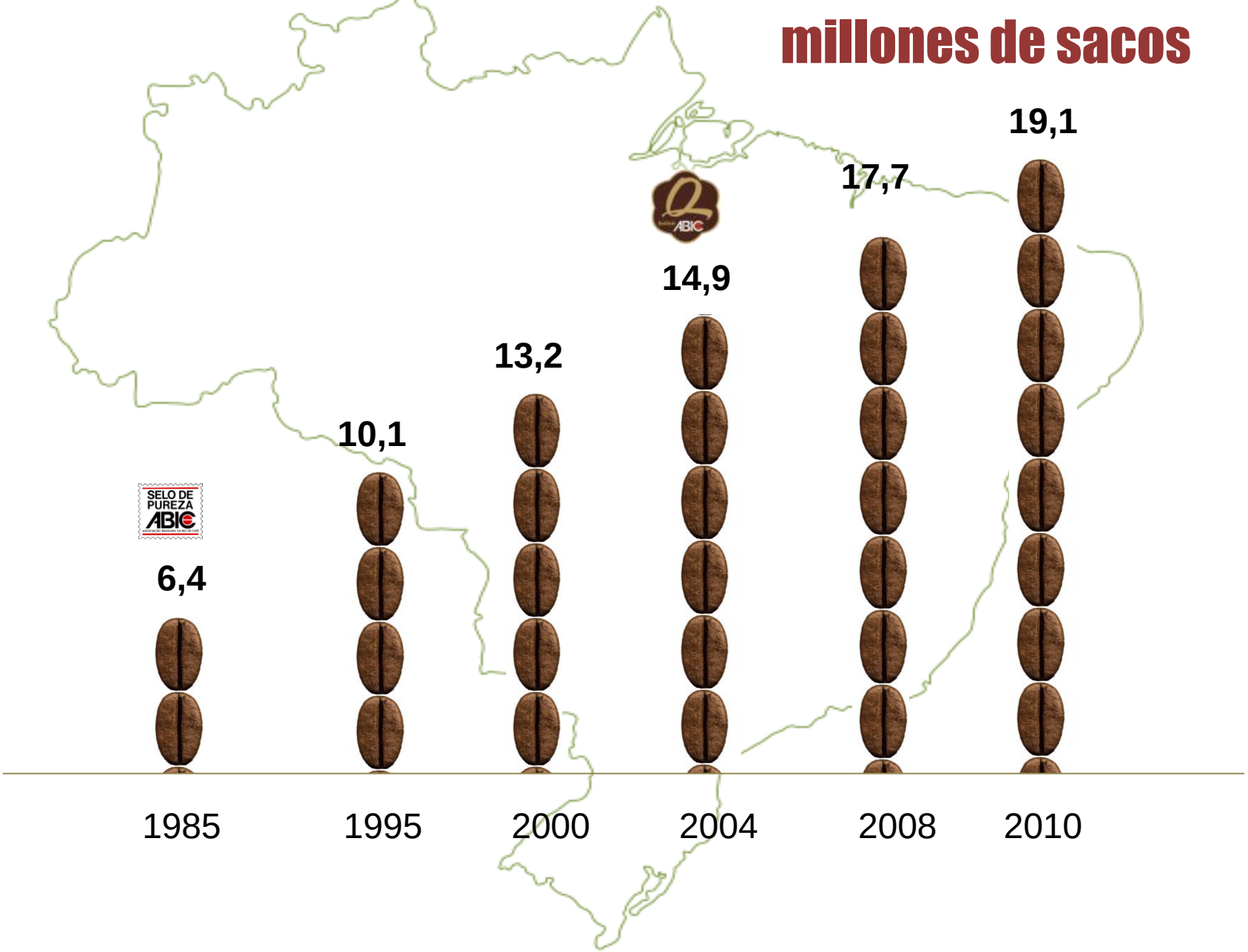
8 empresas → 94.663 sacos/mes

**Total : 1.029 sacos/mes**

# Crecimiento del consumo de Café en Brasil

# CRECIMIENTO DEL CONSUMO DEL CAFÉ EN BRASIL

## millones de sacos



# Estrategias de ABIC

Programas de Calidad

Programas de Marketing y Promoción

Comunicación Positiva Café y Salud

Formación del Hábito Consumidor Futuro

SELO DE PUREZA ABIC 1989

Associação Brasileira ABIC da Indústria de Café

ABIC 2004

QualidadeCertificada

# PROGRAMAS DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN

***Aseguramiento de la calidad, el cumplimiento, trazabilidad y seguridad alimentaria***

# CÓMO FUNCIONA

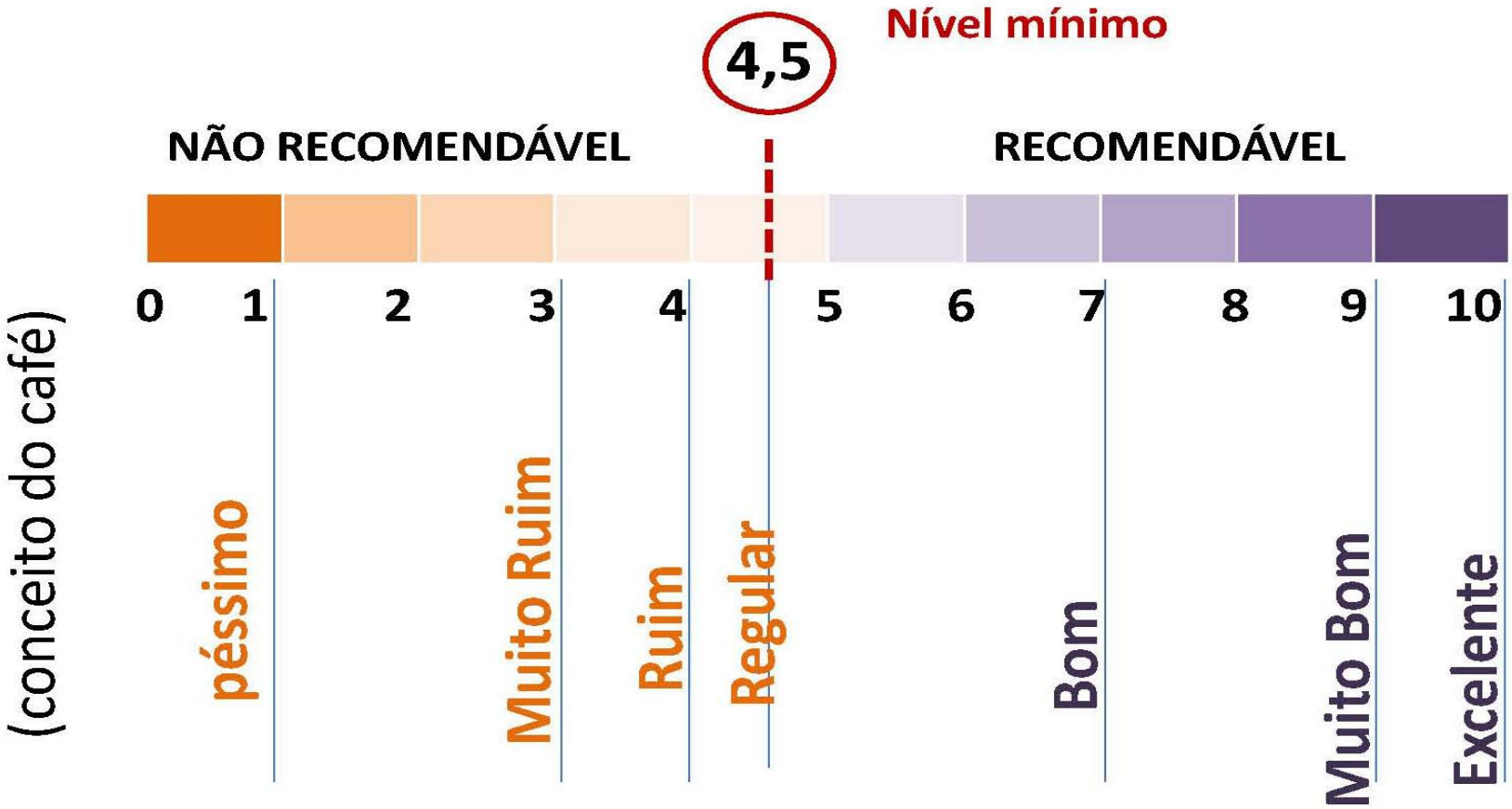
Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

**ORGANIZACIÓN Y CONTROL**

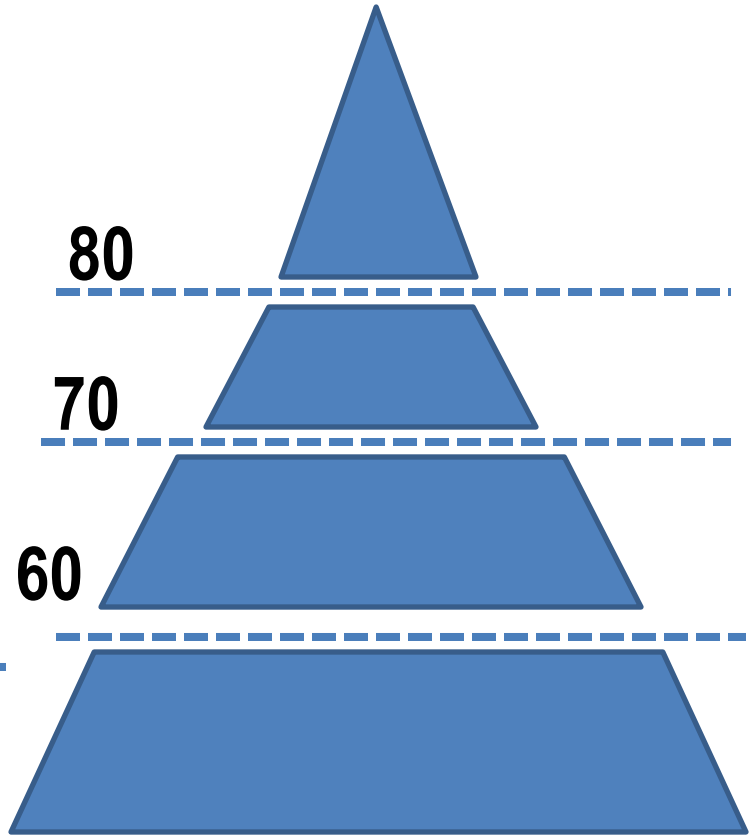
**FUNCIONAMIENTO**

# Programa de Calidad del café

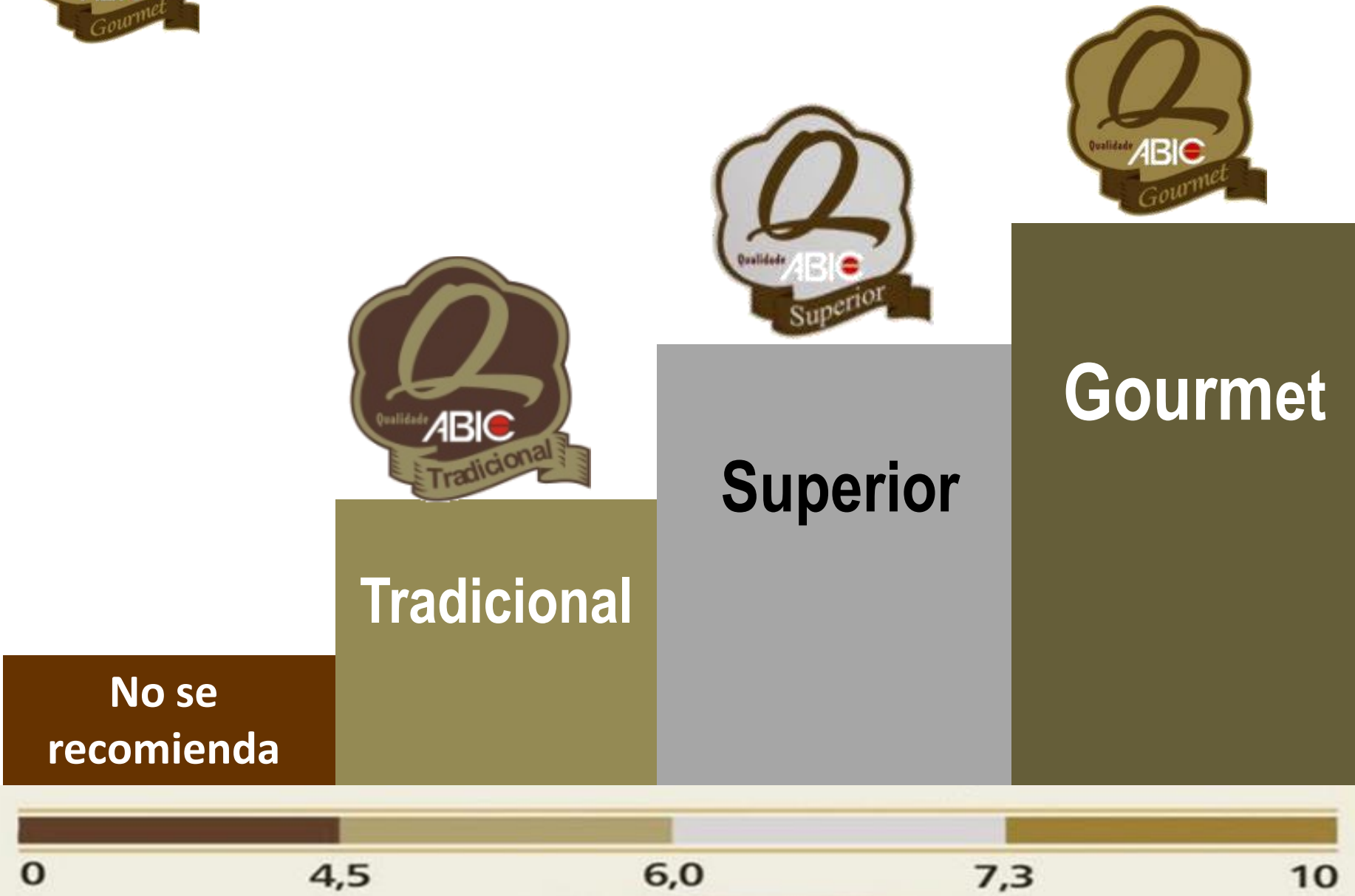
## *Escala Sensorial*



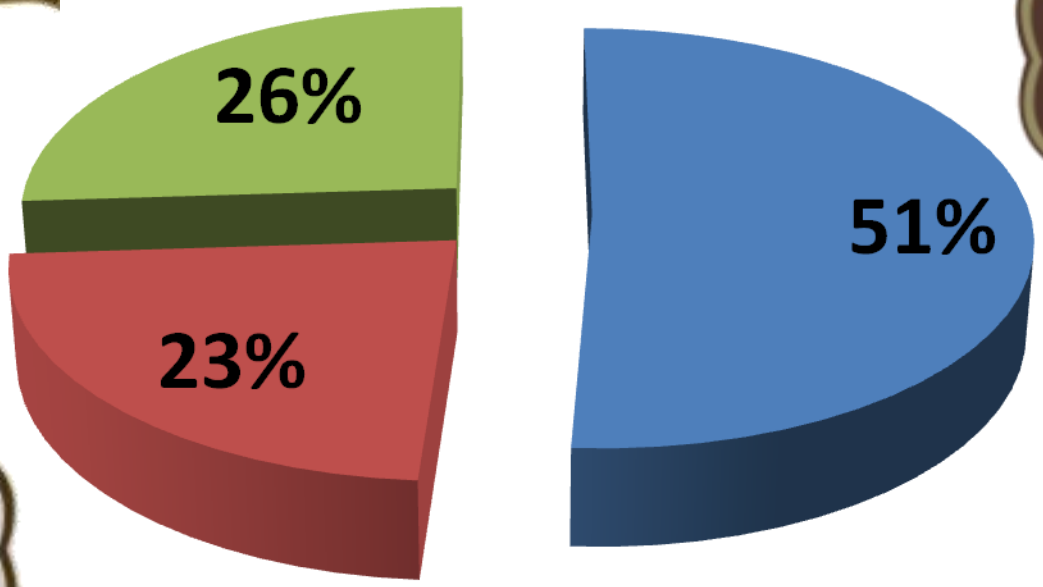
# BENCHMARKING



# Programa de Calidad del café



# Productos por categoría



# MARKETING Y PROMOCIÓN

# FERIAS COMERCIALES AL POR MENOR

## ACAPS - ES

## MERCOSUPER - PR

## APAS - SP

## FISPAL - SP

## SUPERMINAS - MG

## EXPOSUSTENTAT - SP

# APOYO EVENTOS DEL SECTOR

# CONCURSO DE RECETAS CON CAFÉ

ABAGA

# CONCURSOS DE CALIDAD Y EDICIÓNES ESPECIALES

# CALENDARIO DEL CAFÉ

# EXPOSICIÓN CAFÉS DE BRASIL

# MIDIA TRADE

SUPERMIX
FIM DE ANO
SUPERMIX
Alimentos

SUPERHIPER
Perspectivas

Gôndola
Evoluir
e gerar resultados!

Supermercado Moderno
Guia Prático
mix
MARCAS
2004

BEBIDAS QUENTES

# PROGRAMA EXPORTADOR
# ABIC-APEX Brasil

## Fórmula Indy

Experience our Energy
Apex-Brasil

IZOD INDYCAR SERIES

SELO DE PUREZA ABIC 1989
Associação Brasileira ABIC da Indústria de Café
2006
QualidadeCertificada

CAFÉS DO BRASIL

ApexBrasil
AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS

# PROGRAMA EXPORTADOR
# ABIC-APEX Brasil

## Ferias Internacionales

SELO DE PUREZA ABIC 1989

Associação Brasileira ABIC da Indústria de Café

2006

QualidadeCertificada

CAFÉS DO BRASIL

ApexBrasil
AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS

# PROGRAMA EXPORTADOR
# ABIC-APEX Brasil

SELO DE PUREZA ABIC 1989 — Associação Brasileira ABIC da Indústria de Café — 2006

QualidadeCertificada

CAFÉS DO BRASIL

ApexBrasil
AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS

# COMUNICACIÓN POSITIVA

CAFÉS DO BRASIL

SELO DE PUREZA ABIC

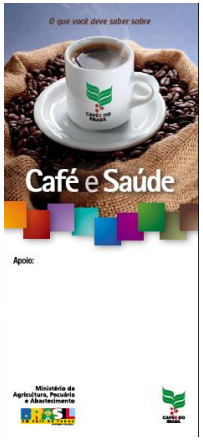
Associação Brasileira da Indústria de Café ABIC

QualidadeCertificada

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

BRASIL UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

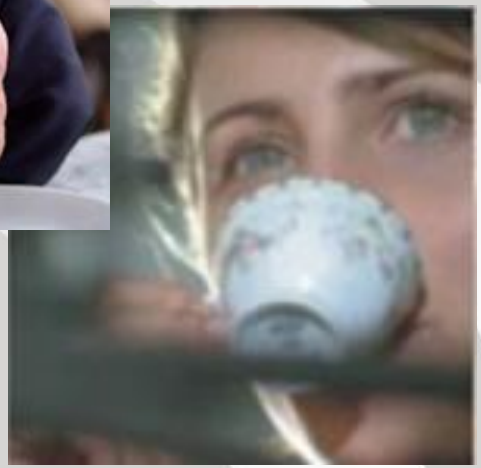
# CAFÉ Y SALUD


O que você deve saber sobre
Café e Saúde
Apoio:

Café e Saúde
Café e Motoristas
Direção Segura

Nutrição
O Pós-Consumo de Embalagens em Restaurantes

# FORMACIÓN DEL HÁBITO DEL CONSUMO



# FORMACIÓN DEL HÁBITO DEL CONSUMO

CAFÉ NA MERENDA

SAÚDE NA ESCOLA

# Café está na

# M da

Café
ATRAE!

# Café es placer!

# Café es encuentro!

Café es
alegría!

Café es
energia!
JAMAICA
TDK
709
CHINA
363
ATHENS 2004

Café es
salud!

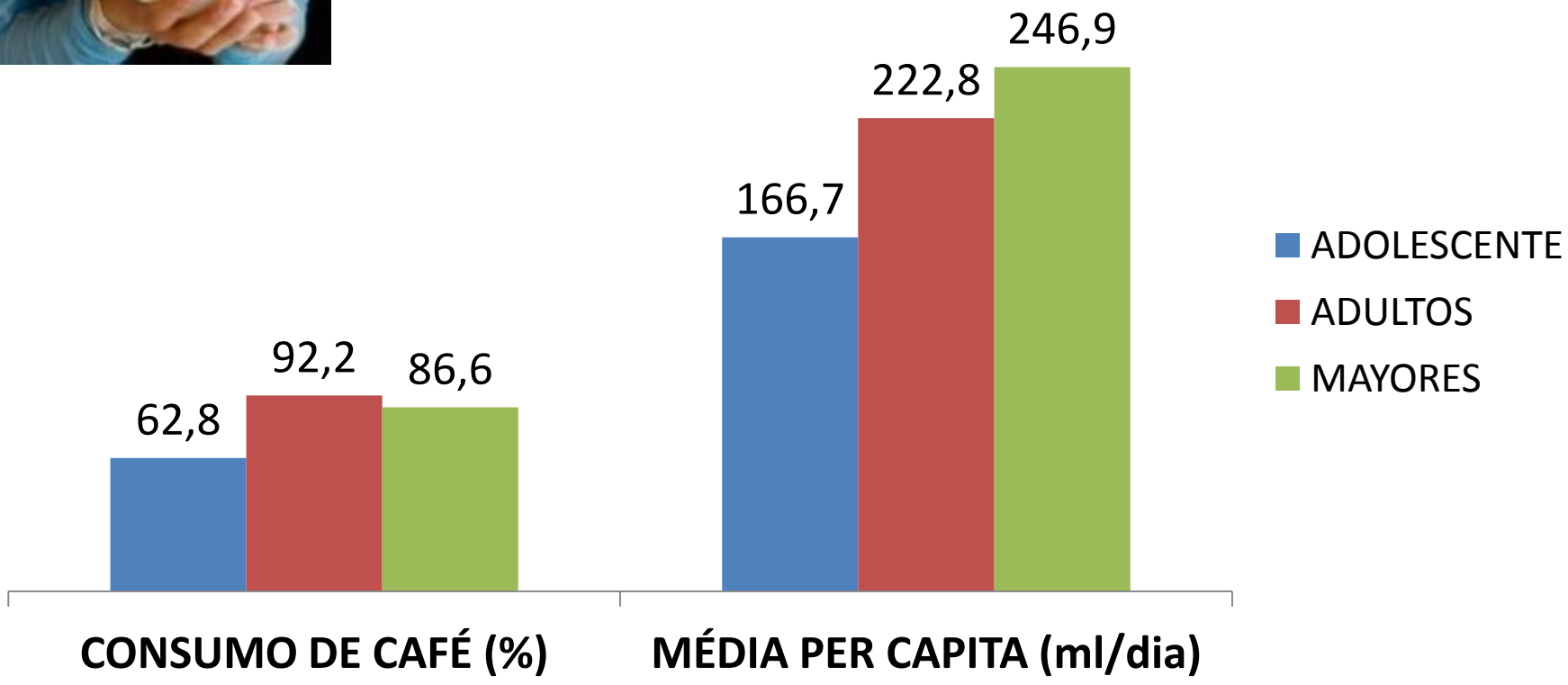
Los Jóvenes se enamoraran por café!

# El Café es el alimento más consumido en Brasil

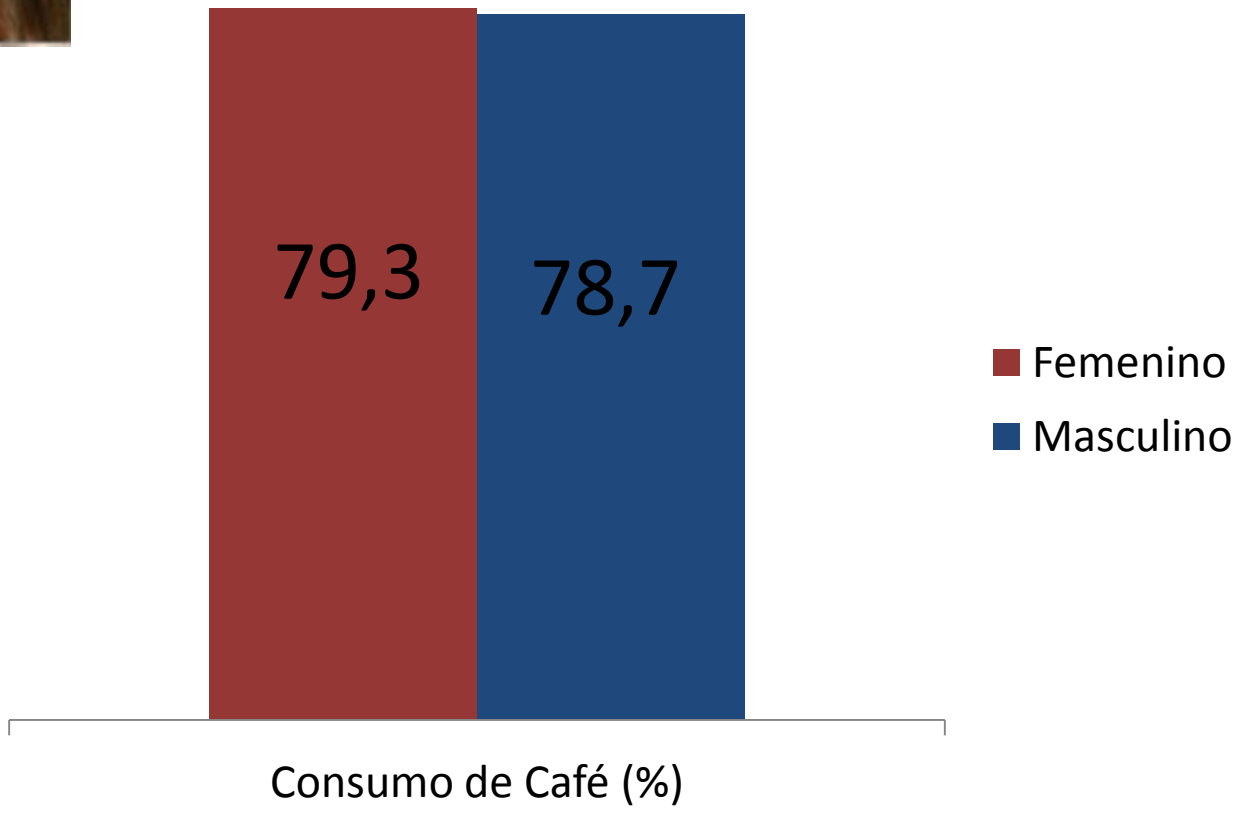
Encuestas de IBGE con 34.500 brasileños
*2008-2009*

- ✓79% dos brasileños consumen café
- ✓Per cápita 78,5 litros/año
- ✓ Promedio diario de 4 a 5 jícaras

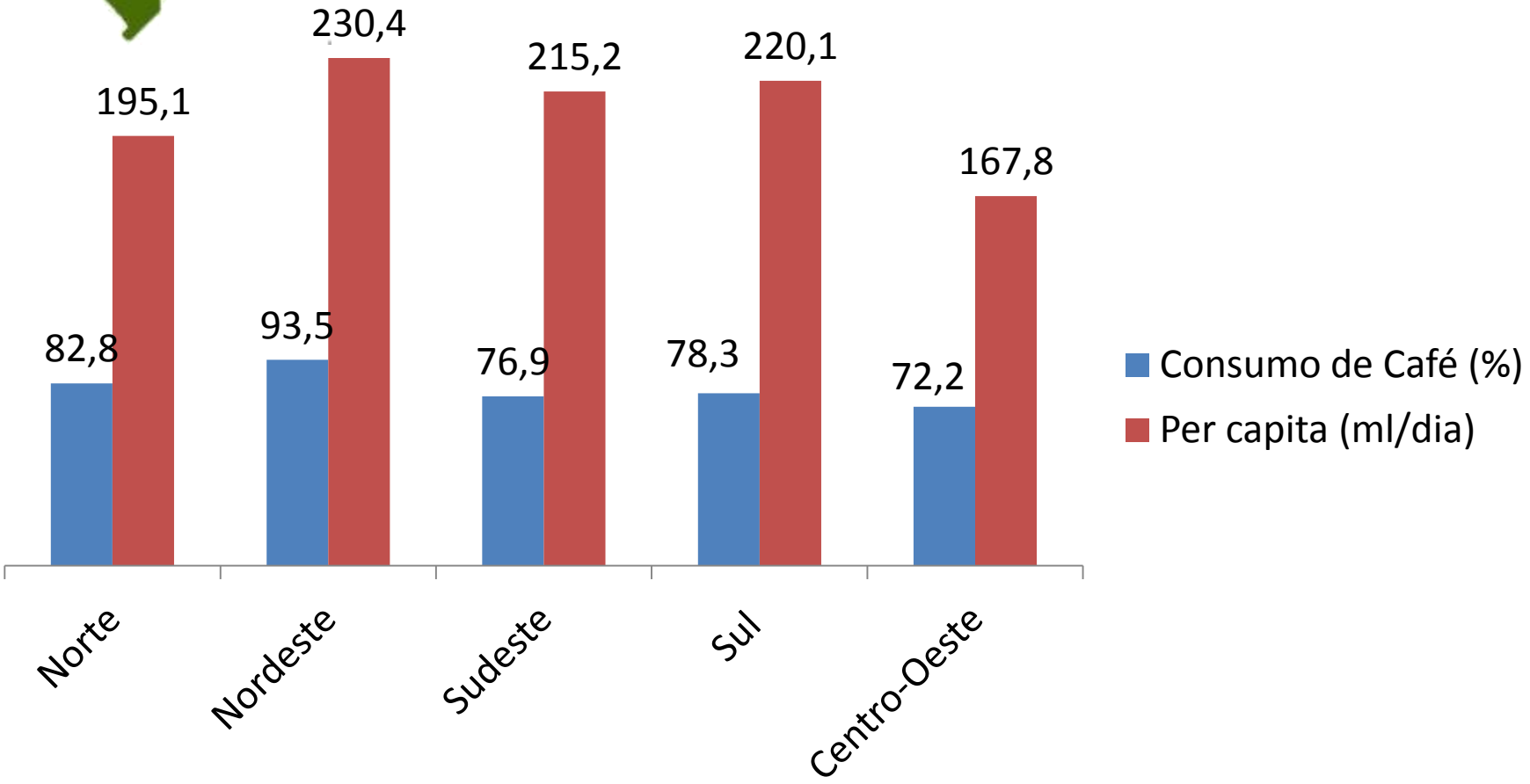
# Consumo del café por grupo de edad



# Consumo del café por sexo



# Consumo del café por región



# TENDENCIAS DEL CONSUMO DEL CAFÉ - 2010

preparado com exclusividade para:

SELO DE PUREZA ABIC 1989

Associação Brasileira ABIC da Indústria de Café

2004

QualidadeCertificada

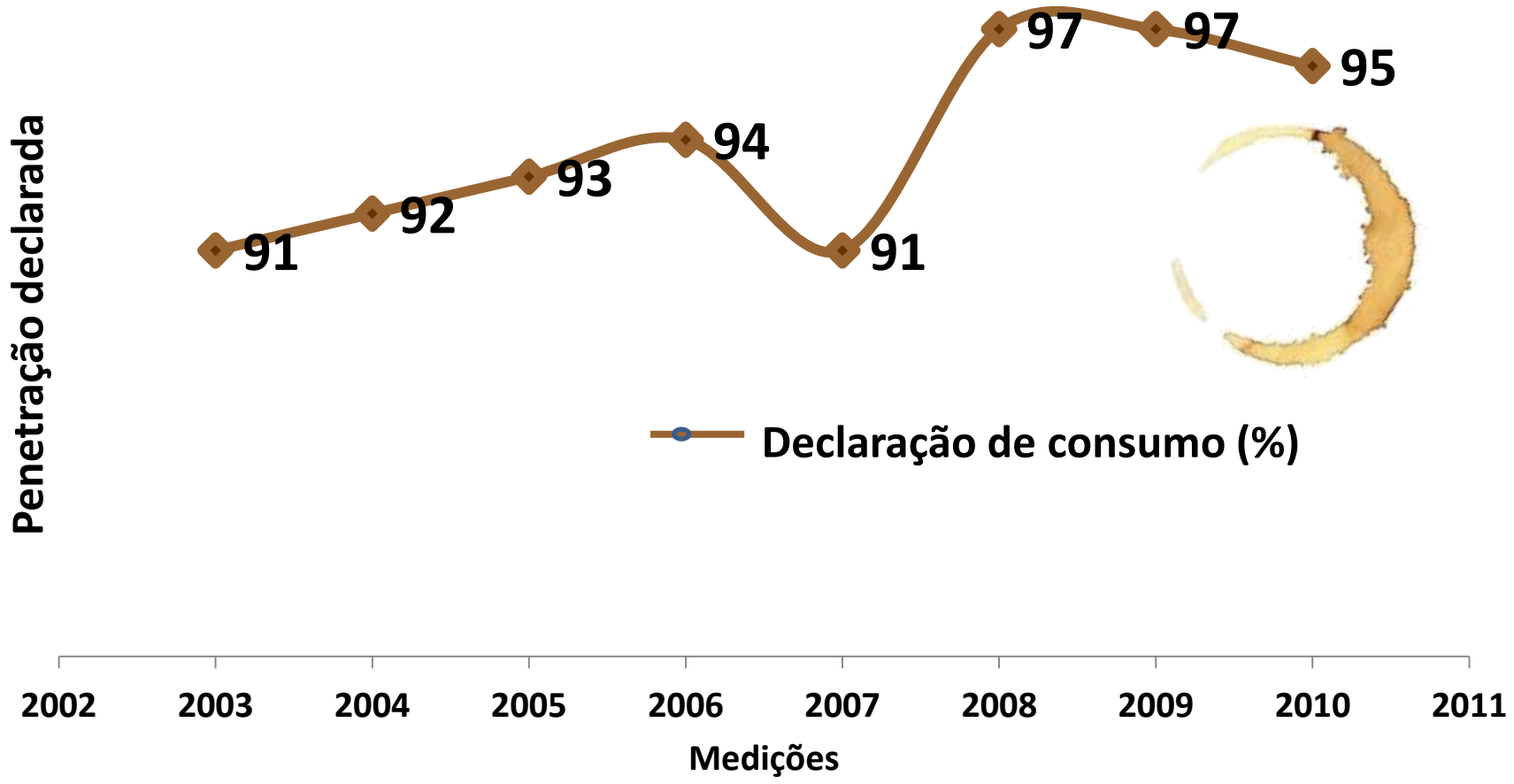
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

GOVERNO FEDERAL BRASIL PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

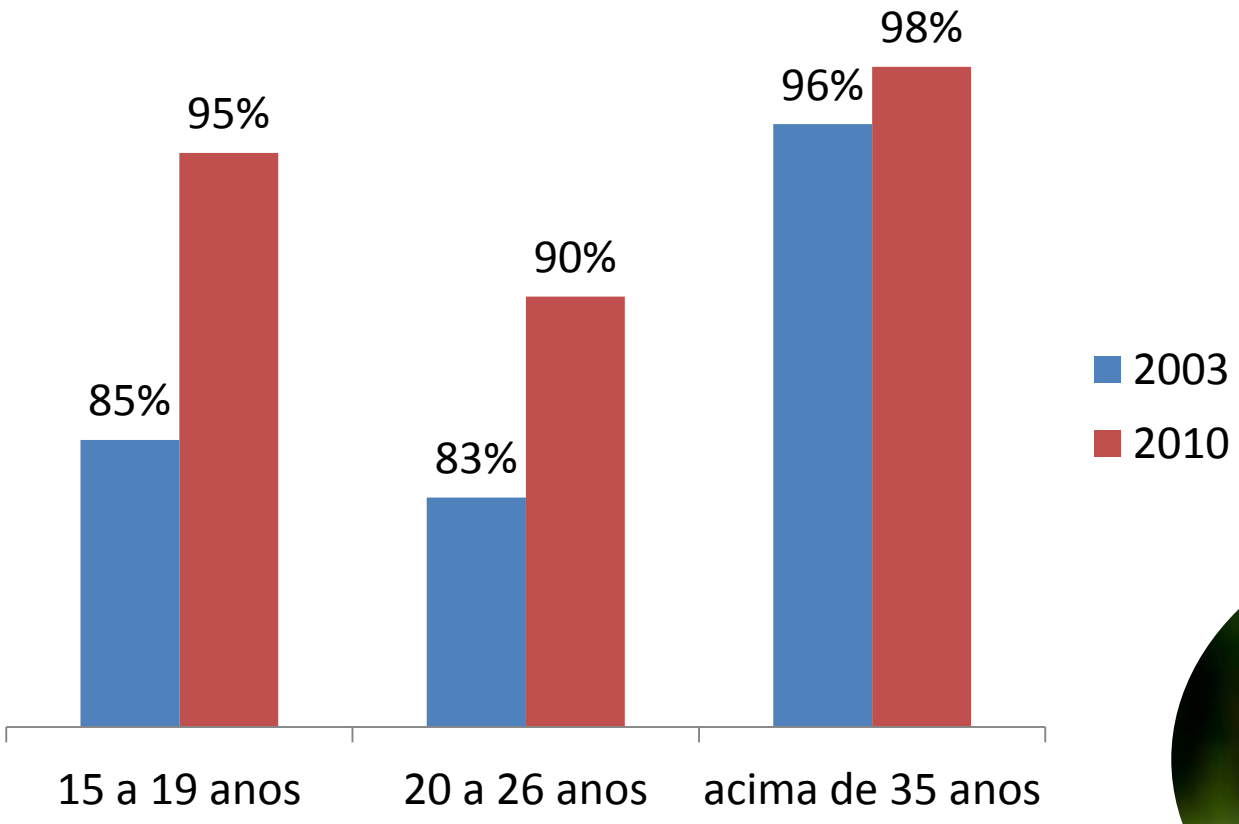
# El consumo del café

*Consumidores que beben el café todos los días*

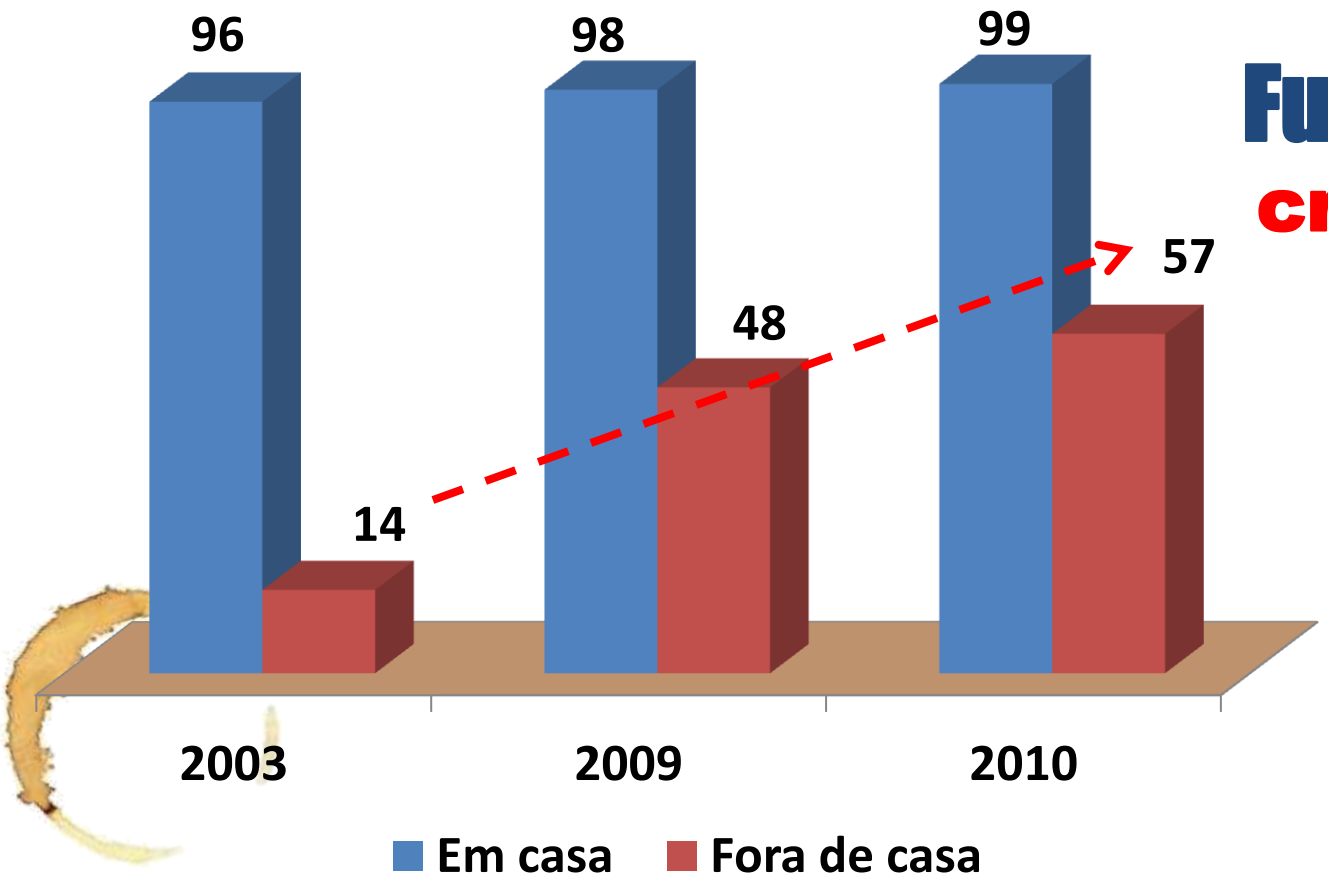
## La inclusión del café en la población de más de 15 años



# Los jóvenes brasileños están consumiendo más café. 2003 x 2010



# el consumo en casa y fuera de casa




**Fuera de casa**

**crecimiento de 307%**

# Tipos consumidos: en casa y fuera de casa

| | EN CASA | | FUERA DE CASA | |
|---|---|---|---|---|
| | 2008 | 2010 | 2008 | 2010 |
| | % | % | % | % |
| Molido/colado/filtrado | 92 | 97 | 92 | 94 |
| Instantáneo/ soluble | 9 | 8 | 9 | 14 |
| Cappuccino instantáneo | 11 | 4 | 17 | 8 |
| Cappuccino no instantáneo | 3 | 2 | 5 | 7 |
| Expresso | 6 | 7 | 17 | 18 |
| Café descafeinado | 0 | 0,8 | 0,5 | 0,5 |
| Café gourmet | 1 | 0,3 | 0,3 | 1,6 |
| Café de origen /certificado | 0,2 | 0,1 | 0,3 | 1 |
| Café orgánico | 1 | 0 | 0 | 0,2 |

1,2%

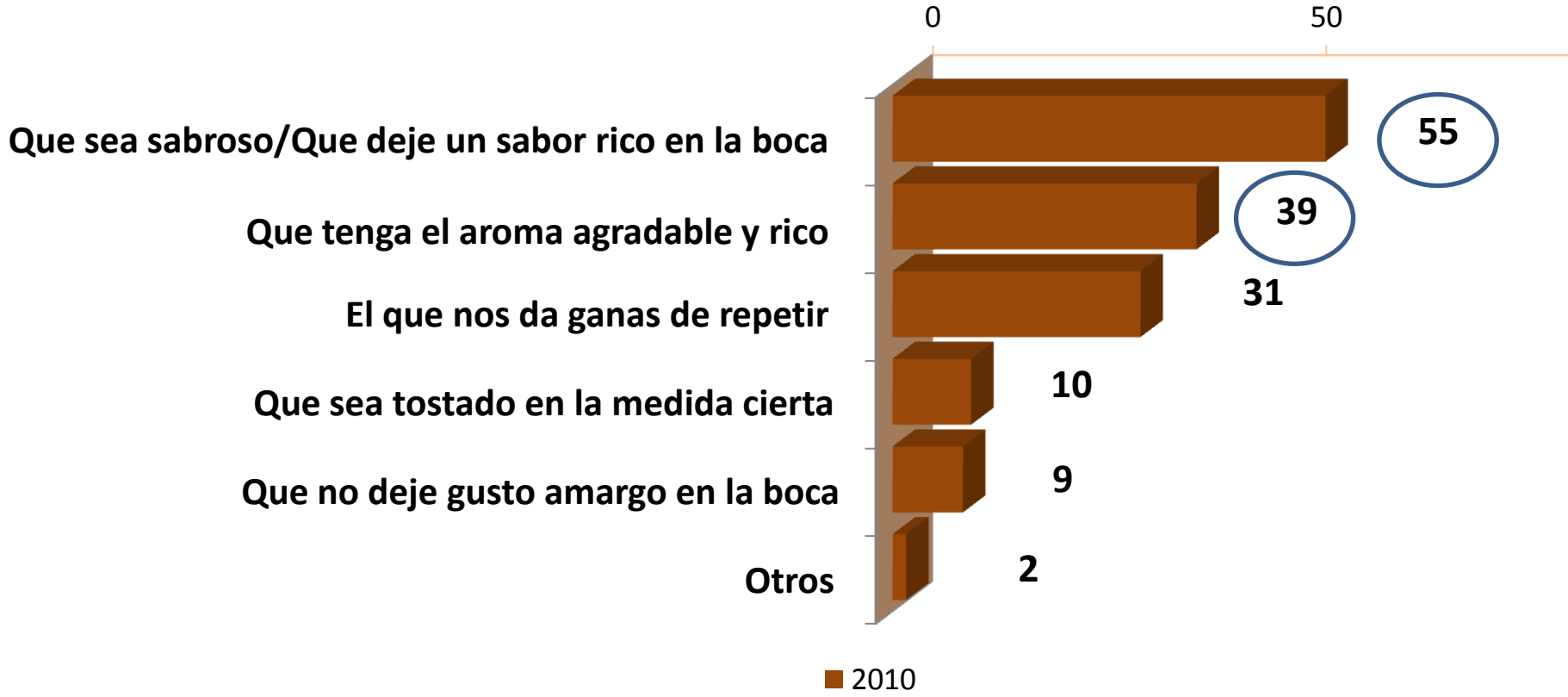
3,3%

✓ **AUMENTO DEL CONSUMO DE CAFÉS ESPECIALES**

Base: 2107/ 1593 Fonte: Total de Consumidores de Café de cada medição

# significado de un buen café (*)

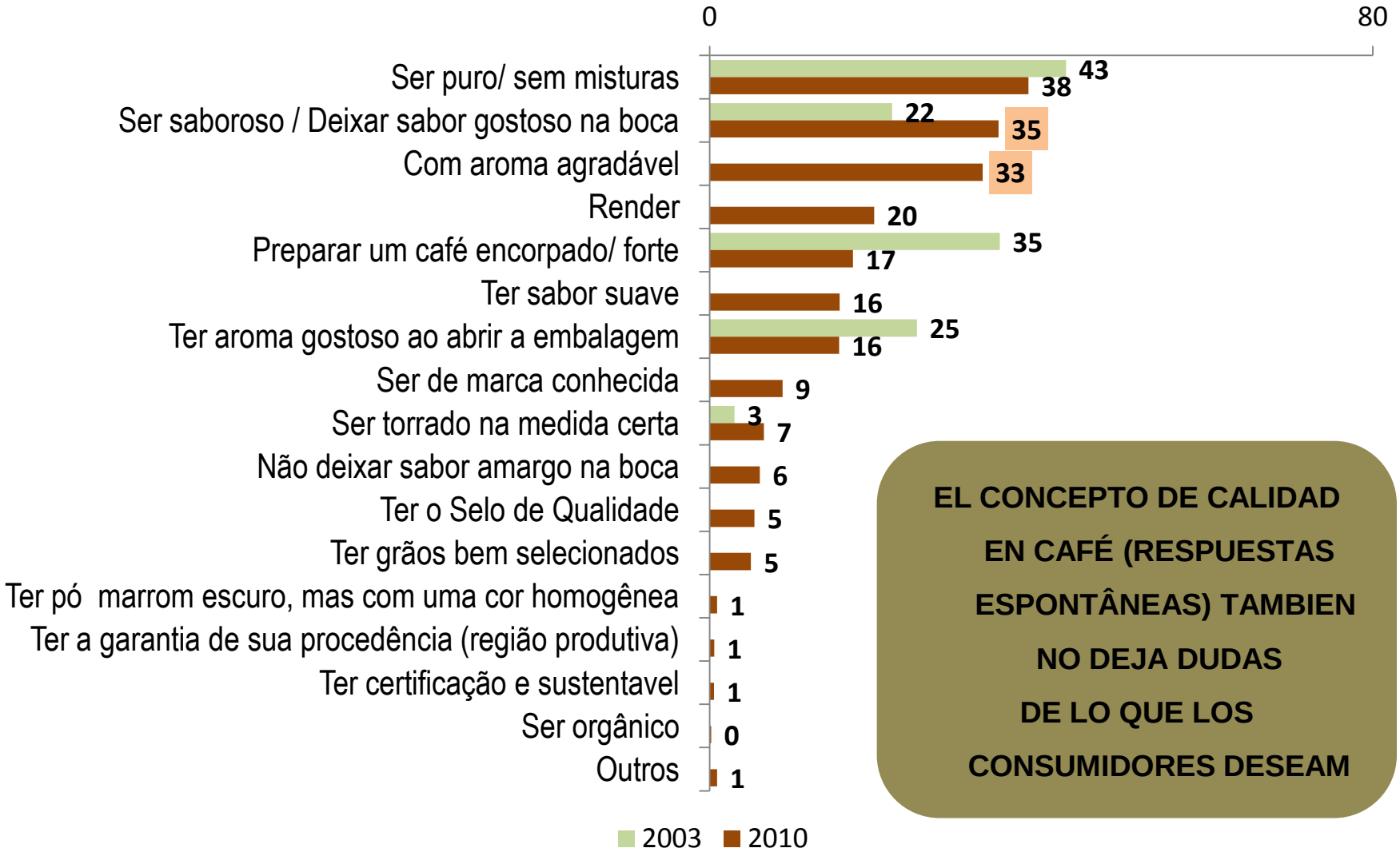
- ESPONTÁNEAMENTE DEJA UN SABOR EN LA BOCA Y AROMA, QUE SON NUEVAMENTE DESEADOS POR EL CONSUMIDOR DEL CAFÉ




(*) Pergunta incluída nesta medição

Base: 1593 / Fonte: Total de Consumidores de Café

# concepto de calidad en café




**EL CONCEPTO DE CALIDAD EN CAFÉ (RESPUESTAS ESPONTÂNEAS) TAMBIEN NO DEJA DUDAS DE LO QUE LOS CONSUMIDORES DESEAM**

Base: 1328/1593 / Fonte: Total de Consumidores de Café de cada medição

# EL MERCADO DE MAYOR CRECIMIENTO

✓Nengún estrato social crece tanto en proporción en Brasil cuanto las clases A y B.

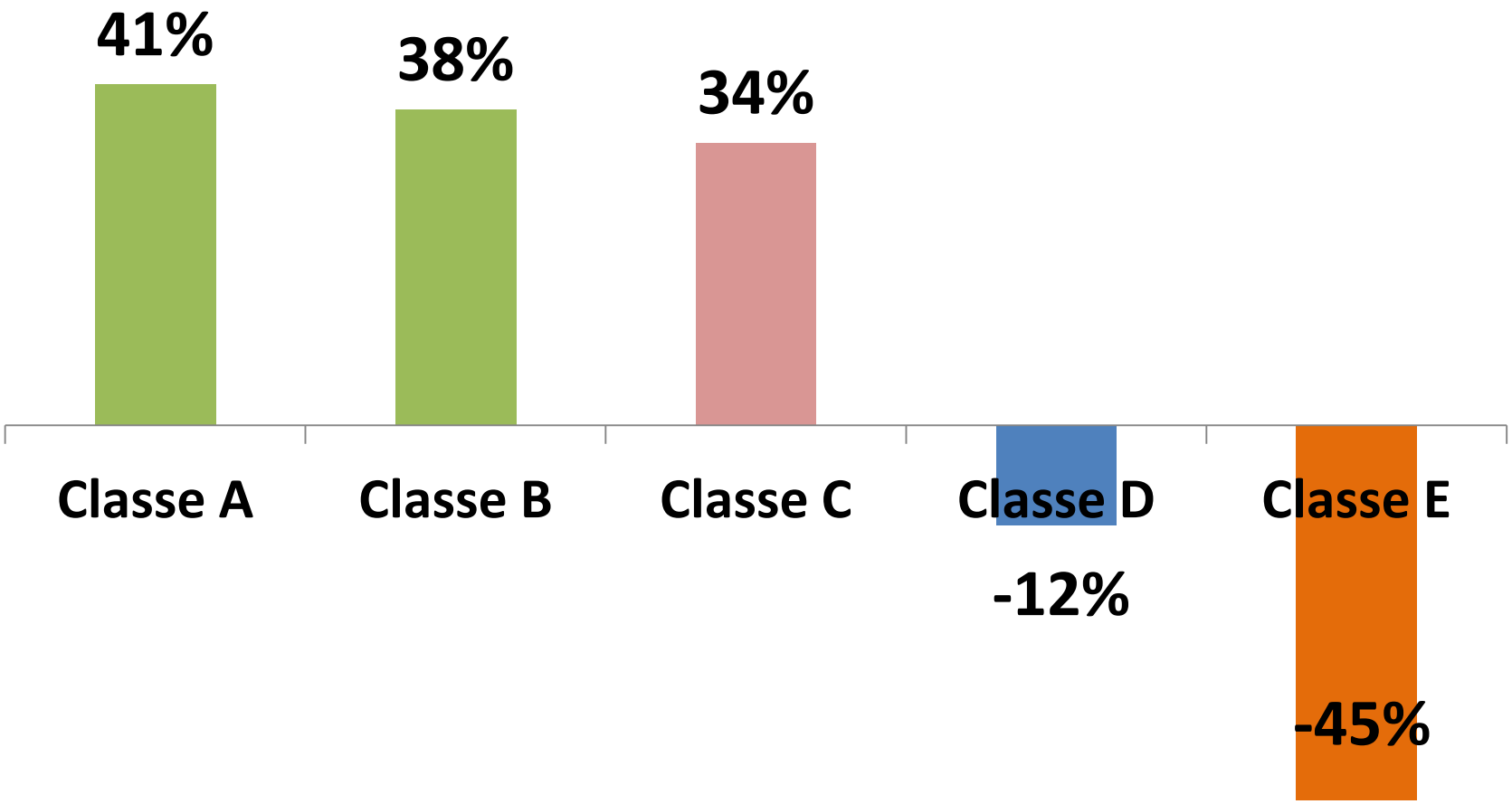
✓Hoy, son 20 millones de ricos.

✓Até 2014 vamos tener más de 30 millones

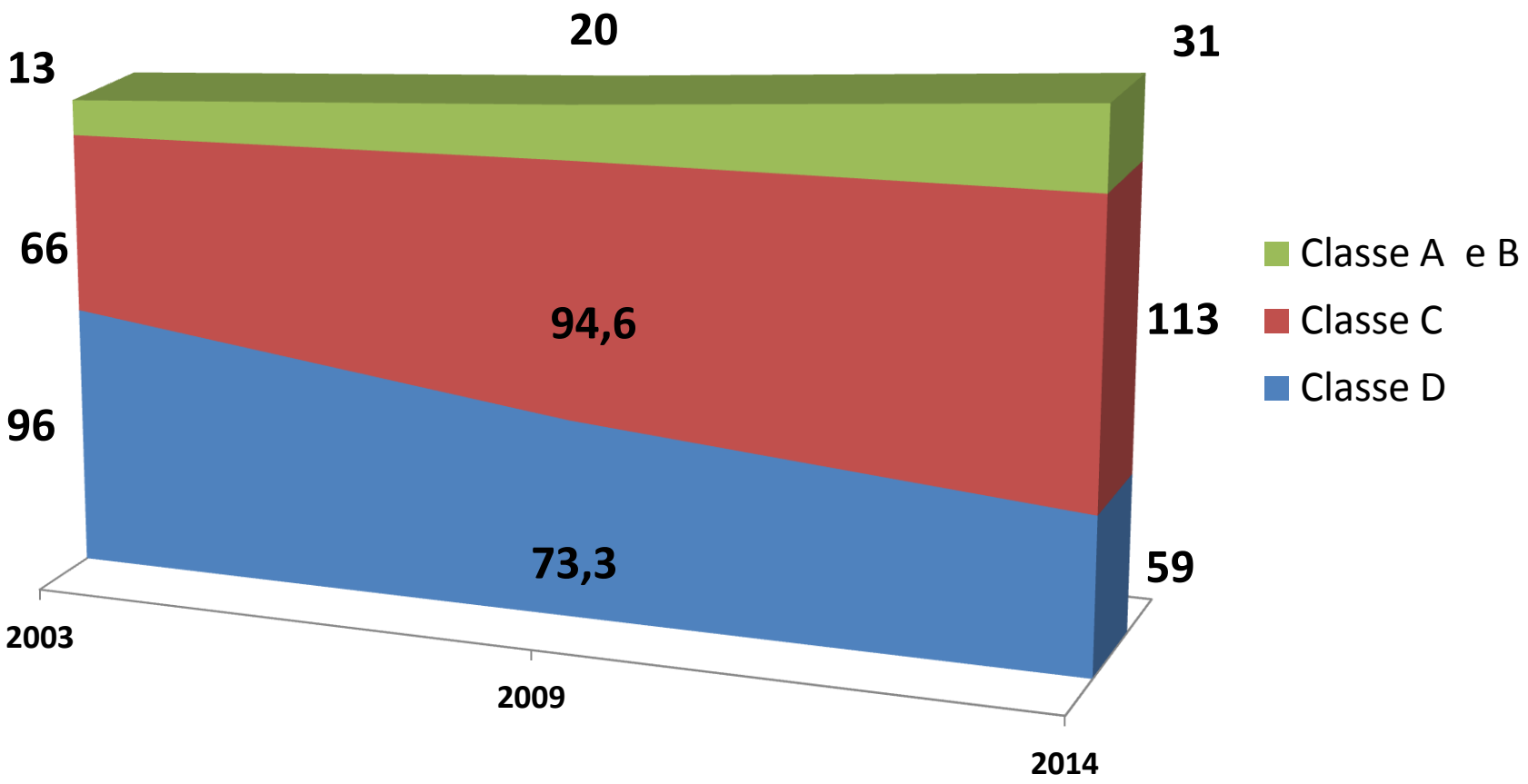
✓Brasil: Un de los países con mayor mercado para clase media - = 130 millones de habitantes

# MÁS RICOS Y MENOS POBRES

Evolução de 2003 a 2009



# DISTRIBUICIÓN DE LA POBLACIÓN EN MILLONES DE PERSONAS POR GRUPO ECONÓMICO.



# TENDENCIAS Y INOVACIÓN EN EL MERCADO DEL CAFÉ

# Cuales son las TENDÊNCIAS ?

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Indulgencia | Entretenimiento Interactividad | Orgánico Natural | Energía | Porcionado monodose | Listo para beber | Sellos de garantía | Tecnología de embalajes | Medio ambiente |
| Sofisticación Premium Gourmet | Variedad Sensaciones Emociones | Apariencia Buena Forma | Aspecto medicinal, funcional | Rápido y fácil preparo | Fácil de abrir, cerrar y usar | Sellos de cualidad | Tecnología de trazabilidad | Solidaridad |
| Sensorialidad Placer | | Salud Bien estar | | Conveniencia Practicidad | | Cualidad Confiabilidad | | Ética Sustentabilidad |

# consumidor

## Tendencias de Alimentación

Fonte: Food Trends 2020 (ITAL / FIESP)

# Sensorialidad y Placer

## DESCRIPCIÓN DE LOS SABORES EN EL ESTILO DE LOS VINOS FINOS

Café de aroma dulce y suave, con notas de miel

Crema de vainilla chocolate con trufas almendras tostadas

## *EDICIONES ESPECIALES Y LIMITADAS*

Cafés especiales, raros con descripción de los sabores en el estilo de los vinos finos.

Hablando la lenguaje de los jóvenes: embalaje con comunicación caliente

# Salud y bien estar

## Descafeinado

todo el sabor con menos cafeína

**Alimentos funcionales:**
"bueno para la salud"

Cappuccino con magnesio MOKATE-Polonia

Café con anti-oxidantes Sanora-EUA

# Conveniencia y Practicidad

## Porcionamiento y personalización del consumo

Monodoses del café tostado, molido y prensado

Embalaje con atmosfera modificada

## Fácil abertura y cierre

# Cualidad y Confiabilidad

## La embalaje comunica la cualidad: sellos de cualidade

Associação Brasileira ABIC da Indústria de Café

# Ética y Sustentabilidad

CAFÉS SUSTENTÁVEIS DO BRASIL

RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED

APPELLATION CERRADO
CAFÉ DO CERRADO
CACCER

FAIR TRADE CERTIFIED

FAIRTRADE

# El consumo seguirá creciendo

# MUCHAS GRACIAS!

**www.abic.com.br**

**e-mail: abic@abic.com.br**