

Um
mundo de
oportunidades

Volume 10
Origem: vegetal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

PEDRO ALVES CORRÊA NETO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Filipe Guerra

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Leandro Antunes

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

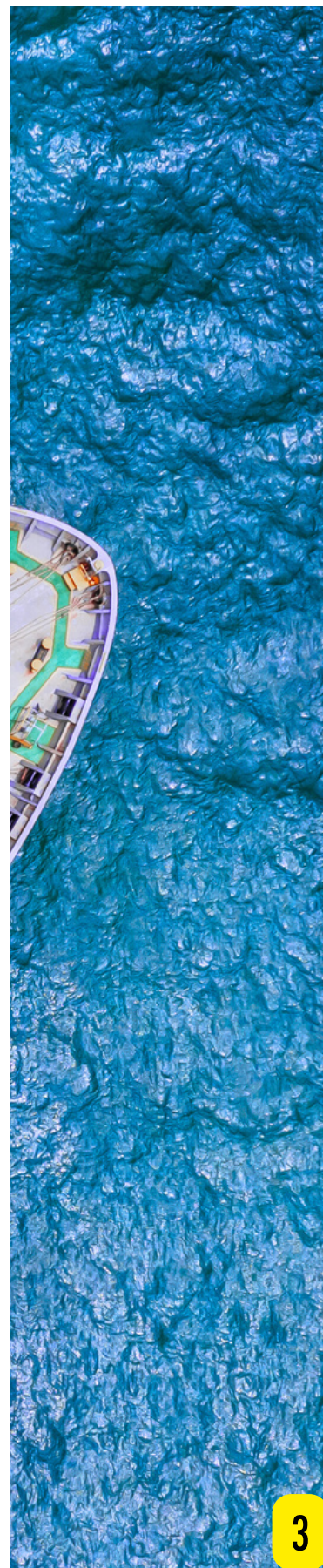
Resumo

O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.





A NOVA DINÂMICA DO MERCADO DE CAFÉ NO REINO UNIDO

Data: 15/10/2025

Posto: Londres/Reino Unido

Palavras-chave: café, exportação, comércio, preço, hábitos de consumo

Responsável: Márcio Rezende Evaristo Carlos

SUMÁRIO:

O mercado de café britânico atravessa uma fase de reajuste, marcada por preços elevados devido a impactos climáticos e desafios logísticos. Essa conjuntura força os consumidores a priorizar o custo-benefício, optando por marcas próprias e canais de compra online. Mesmo com a economia em foco, a preferência por qualidade se mantém em grãos e cápsulas, replicando a experiência de cafeteria em casa. Observa-se um crescimento significativo do café gelado e de bebidas funcionais, que moldam novos perfis de consumo. As importações brasileiras já indicam importações em menor volume, porém com aumento do valor, sinalizando a busca por produtos diferenciados. O comércio eletrônico e a oferta de cafés de maior valor agregado são cruciais para o futuro do setor.

O mercado de café no Reino Unido encontra-se em um ponto de inflexão, delineado por desafios globais e uma perceptível evolução no comportamento do consumidor. Nos últimos tempos, a bebida tem visto seus preços atingirem picos históricos, o que tem sido considerada uma consequência direta das severas mudanças climáticas ao redor do mundo. Eventos como secas prolongadas no Brasil e catástrofes climáticas devastadoras no Vietnã resultaram em colheitas prejudicadas, elevando os custos do café verde a níveis sem precedentes no final de 2024. A imprevisibilidade climática não é mais uma exceção, mas sim a "nova normalidade" para os produtores de café, dificultando o planejamento das safras e pressionando a oferta global.

A intensidade dessa pressão nos preços foi exacerbada por uma confluência de fatores, incluindo gargalos na cadeia de suprimentos e especulação de mercado. Primariamente, houve um aumento percentual significativo nos custos dos grãos, o que se refletiu em produtos vendidos no varejo a quase o dobro do preço em comparação com o ano anterior. Historicamente, períodos de preços elevados estimulavam um aumento na oferta, com produtores buscando capitalizar o cenário. No entanto, dessa vez, o padrão não se concretizou plenamente, principalmente devido a condições climáticas adversas nas regiões produtoras essenciais. Embora os preços tenham demonstrado alguma correção frente a alguma recuperação da oferta, os varejistas ainda enfrentam os efeitos das interrupções com repasse de parte dos custos aos consumidores.

Essa escalada de preços teve um impacto imediato no consumidor britânico. Embora o valor total das vendas de café para consumo doméstico tenha registrado um ligeiro aumento, as vendas em volume sofreram uma queda. Este cenário indica claramente que os consumidores estão desembolsando mais dinheiro por uma quantidade menor de produto, tornando-se mais criteriosos em suas decisões de compra. A sensibilidade ao preço tem levado os consumidores a procurar alternativas mais econômicas, resultando em um crescimento notável em canais de varejo com foco em descontos e no comércio eletrônico, onde a lealdade do comprador a essas plataformas tem se fortalecido.

Há clara migração dos consumidores das marcas de café tradicionais para as opções de marca própria oferecidas pelos varejistas. Os produtos desenvolvidos pelas próprias redes de supermercados, por exemplo, superaram significativamente o desempenho das alternativas de marca, tanto em valor quanto em volume de vendas.

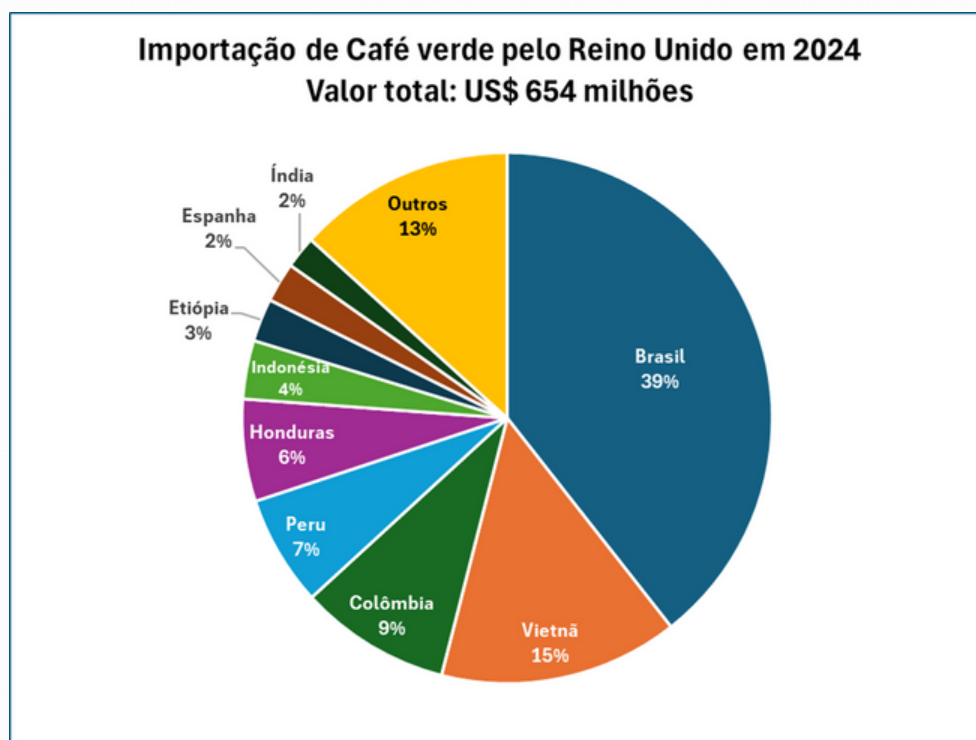
Contudo, muitos consumidores que aderem às marcas próprias demonstram preferência por formatos como cápsulas e grãos inteiros, em detrimento do café instantâneo mais básico e de menor custo. Essa escolha revela um desejo persistente de replicar a experiência de um café de alta qualidade ou "estilo barista" no conforto do lar. Isso levou à popularização de máquinas de café expresso e de grão a xícara em residências durante períodos de maior permanência em casa impulsionou essa tendência.

No que tange às bebidas frias, o café gelado emergiu como um segmento de crescimento exponencial.

Tanto as opções prontas para beber (RTD - Ready-to-Drink) quanto os concentrados de café têm visto um boom impulsionado pela busca por conveniência e pela inovação de produtos. As bebidas geladas estão deixando de ser um prazer sazonal de verão para se tornarem um hábito de consumo durante o ano todo, especialmente entre os públicos mais jovens.

Em 2024, o Reino Unido importou um valor de US\$ 654 milhões, correspondendo a 143,5 mil toneladas, sendo as principais origens o Brasil, o Vietnã, Colômbia, Peru e Honduras, conforme representado na Figura 1.

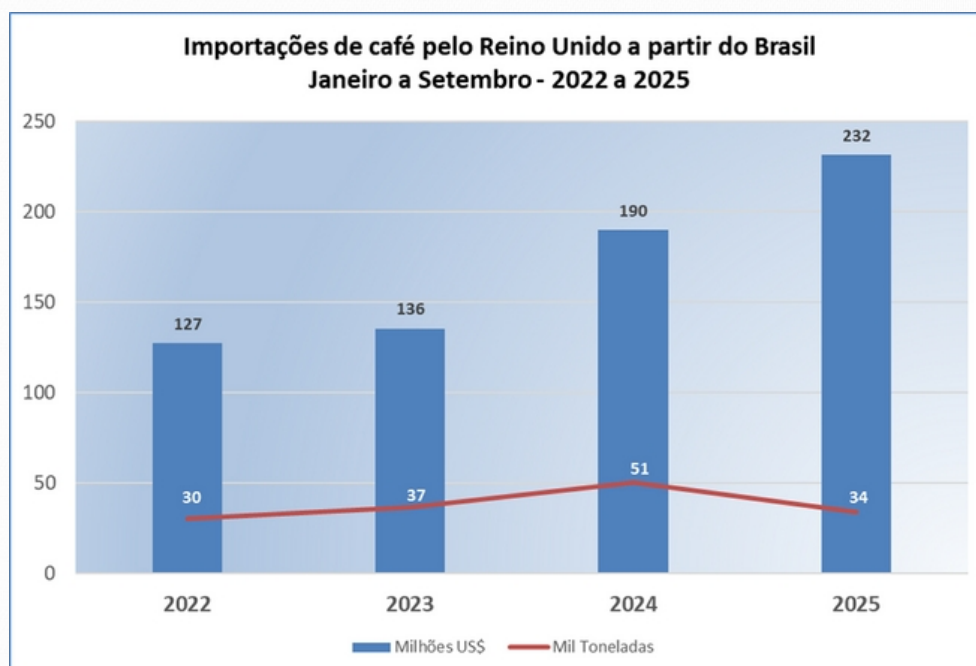
Figura 1. Importações de café verde pelo Reino Unido em 2024.



Fonte: ITC TradeMap

Os efeitos gerados pela crise de oferta de café, com reflexos nos hábitos de consumo podem ser observados nas importações de café pelo Reino Unido a partir do Brasil. Comparando-se os dados de importação de janeiro a setembro de 2025 com o mesmo período de 2024, observa-se aumento no valor importado (+21,82%), com redução no volume dessas importações (-33,16%), conforme pode ser visualizado na Figura 2.

Figura 2. Importações de café verde do Brasil pelo Reino Unido no período de janeiro a setembro dos anos de 2022 a 2025.



Fonte: AGROSTA/MAPA

Os efeitos da conjuntura internacional do mercado de café têm levado a mudanças nos hábitos de consumo, principalmente por parte dos mais jovens, que devem permanecer no futuro. O consumo de bebidas de café frias pode levar inclusive à redefinição do padrão de produto importado. O Brasil como o grande fornecedor mundial de café com características organolépticas mais neutras pode se ver em condição de investir na produção e exportação de cafés diferenciados, explorando mais o mercado de maior valor agregado, o que parece já estar ocorrendo.

Outro fator de atenção diz respeito ao crescimento do comércio eletrônico de café, o que pode gerar novas oportunidades de entrada no mercado consumidor britânico direto.