

A Indústria do Café na Índia



Mapa Político da Índia



A Índia é uma união federal formada por vinte e nove estados e sete territórios da união. Os estados e territórios da união são, ainda, subdivididos em distritos e, então, em divisões administrativas menores.

Lista de Abreviaturas

Sigla	Descrição
BoE	Declaração de Importação
BoE	Declaração de Importação
CCD	Café Coffee Day
CVD	Direitos Compensatórios
CHA	Agente da Alfândega
DGFT	Diretório Geral de Comércio Exterior
Edu	Educação
FICS	Autorização de Importação de Alimentos
FSSAI	Autoridade de Segurança e Padrões Alimentares da Índia
IDE	Investimento Direto Estrangeiro
FTDRA	Lei de Comércio Exterior (Desenvolvimento e Regulamentação)
FY	Exercício Financeiro/Exercício Social
G	Gramas
ECV	Equivalente a Café Verde
SH	Sistema Harmonizado
IEC	Código de Importação e Exportação
INR	Rúpia Indiana
Kg	Quilograma
NOC	Certificado de Não Objeção
OGL	Licença Geral de Exportação
i.e.	ou seja
US\$	Dólar Norte-Americano

Taxa de Conversão Cambial: US\$1 = INR65

Sumário Executivo

O objetivo principal do relatório é apresentar uma visão geral da Indústria do Café Indiana. A pesquisa teve como intenção destacar as oportunidades para empresas brasileiras que buscam incluir a Índia como um mercado-alvo.

O relatório destaca os seguintes pontos principais:

- *Estimativa do tamanho de mercado e taxa de crescimento*
- *Principais subsegmentos do setor*
- *Principais tendências da indústria*
- *Panorama de concorrência na indústria*
- *Tendências de exportação e importação no setor*
- *Estrutura regulatória resumida*
- *Avaliação das oportunidades para empresas brasileiras na Índia*

A Índia é o 6º maior produtor de café no mundo. O café é cultivado principalmente nos quatro estados do sul da Índia, representando 99,7% de toda a produção de café na Índia. Em termos de variedade de grãos de café, o Robusta representa 70% das variedades de grãos de café cultivadas no país.

Uma característica peculiar do Mercado de Café indiano é que quase três quartos da produção de café na Índia são exportados. O consumo de café per capita no país é muito baixo, sendo que atualmente é de 100 g.

No momento, a Índia é um exportador líquido de café. A maior parte de suas importações e exportações de café geralmente ocorre no segmento de grãos de café. Nos anos 2015/16, a Índia exportou quase 6 vezes mais café que seu total de importações. Em termos de importações, os principais parceiros de importação do país na indústria do café incluem o Vietnã, a Indonésia, Uganda, o Quênia e o Brasil, em ordem de classificação. Em termos de café Instantâneo, o mercado de exportações nessa área ficou em cerca de 30% do mercado total de exportação de café. Contudo, em termos de importações, o café instantâneo representa apenas 3% do mercado total de importação de café.

As últimas duas décadas apresentaram aos consumidores indianos vários formatos de café devido ao aumento no número de formatos de cafeteria, bem como à crescente proliferação das máquinas de

venda automática de café em instituições, escritórios e organizações comerciais. Uma nova tendência no segmento de varejo de café é a ascensão das torrefadoras de café gourmet, que procuram o melhor café das plantações indianas e o comercializam por pontos de preço premium. Contudo, o mercado de café embalado na Índia é atualmente dominado pelo café instantâneo, que representa 50% do mercado total de café embalado, e por duas empresas principais.

Entendendo a Indústria do Café no Brasil

O Brasil é o maior produtor de café do mundo, produzindo cerca de 25% da oferta de café mundial. O país produziu cerca de 2.700 milhões toneladas de café em média no último período de 3 anos. O Brasil também possui uma forte base de consumo nacional e está em 10º lugar no mundo em termos de consumo de café per capita, atualmente de 4,8 kg per capita.

Em termos de exportações, o Brasil é o maior exportador de café do mundo, representando quase 20% das exportações mundiais de café. Cerca de 90% das exportações de café do Brasil são do segmento de café verde. Pó de café instantâneo, café torrado e moído, extrato de café e outros produtos de café representam menos de 5% das exportações de café do país.

Cerca de 80% das variedades de grãos de café do Brasil são Arábica e o restante, Robusta. O Brasil também está se tornando um participante significativo na indústria do café especial. As variedades de café Bourbon, Typica, Caturra e Mundo Novo também são cultivadas no Brasil.

A maioria das plantações de café no Brasil tem menos de dez hectares. Existem cerca de 220 mil plantações de café na indústria, que cobrem aproximadamente 27 mil km². As plantações estão localizadas principalmente nos estados de Minas Gerais, São Paulo e Paraná, no Sudeste e no Sul, onde o ambiente e o clima proporcionam condições ideais de cultivo. Somente Minas Gerais já representa cerca de metade da produção de café do país. De acordo com o Diagnóstico da Cafeicultura em Minas Gerais, 71% das fazendas têm menos de 10 hectares, 25% têm menos de 50 hectares e somente 4% são maiores que 50 hectares.

As formas de processamento do café no Brasil podem ser divididas em dois grupos diferentes, café moído/torrado e café instantâneo. O mercado de café moído/torrado é altamente competitivo e possui muitos participantes. Do outro lado, o mercado de café instantâneo é altamente concentrado, com quatro grandes empresas representando 75% do mercado.

O Brasil também se diferencia de outros países produtores de café processando o café por um processo seco (café natural), onde o cereja descascado é seco ao sol, em vez de ser lavado em um processo úmido.

Nos últimos anos, um aumento na cultura de cafeterias no Brasil, como Starbucks e Nespresso, levou a um aumento no conhecimento de produtos de café especial no Brasil. Contudo, marcas tradicionais como Pilão, Melitta e Café do Ponto dominam o mercado interno de café há décadas.

Índice

1.0 Visão Geral do Mercado de Café na Índia.....	8
1.1 Produção de Café na Índia	10
1.2 Áreas de Produção de Café na Índia	11
1.3 Plantações de Café na Índia	12
1.4 Segmentação do Mercado de Varejo de Café na Índia	13
1.5 Principais Tendências na Indústria do Café na Índia	16
2.0 Análise da Concorrência no Varejo de Café na Índia	20
2.1 Produtos de Café Embalados.....	20
2.2 Formatos de Cafeterias	22
2.3 Dependência das Importações de Café na Índia	23
3.0 Estrutura Regulatória e Política de Importação	25
3.1 Política de Importação e Regulamentos para Produtos de Café na Índia	25
3.2 Tendências de Importação e Exportação	31
3.2.1 – Tendência de Exportação	31
3.2.2 – Tendência de Importação	32
3.3 Tarifas e Tributos de Importação	34
4.0 Avaliação de Oportunidades para Produtos Brasileiros.....	37
5.0 Mapeamento de Possíveis Distribuidores.....	40
6.0 Principais Influenciadores.....	42
7.0 Principais Eventos de Comércio.....	44



1.0 Visão Geral da Indústria do Café na Índia

1.0 Visão Geral do Mercado de Café na Índia

A Índia é o Sexto Maior produtor de café do mundo.¹ Na verdade, a Índia é o quinto maior exportador de café² do mundo, e cerca de três quartos da produção de café do país são exportados para todo o mundo.

Em termos de consumo, o per capita de Café na Índia está estimado em 90-100 g, o que é muito pouco, colocando-a entre os países que menos consomem café no mundo.

Contudo, a cultura de consumo do café tem mudado lentamente na última década na Índia. Tradicionalmente, o Sul da Índia representa 90% do consumo de Café, porém, graças à evolução da variedade de cafés no país, ao aumento da urbanização em diversas regiões e à inauguração de cafeterias que servem cafés especiais, o café passou a ser consumido em várias partes da Índia. Entretanto, o sul do país continua sendo o principal centro de consumo de café, representando 75-80% do consumo total.

A primeira plantação de café comercial foi iniciada em 1840, no estado de Karnataka. Ela se espalhou para outras áreas em Wayanad (atualmente parte de Kerala), Shevaroy e Nilgiris, em Tamil Nadu. Com a presença colonial britânica enraizando-se profundamente em meados do século XIX, as plantações de café se expandiram para exportação. Assim, a cultura de consumo do café se espalhou pelo Sul da Índia rapidamente. Em 1942, o governo decidiu regulamentar a exportação de café e proteger os micro e pequenos produtores aprovando a Lei do Café VII [Coffee VII Act], de 1942, de acordo com a qual foi estabelecido o Conselho de Café da Índia, atualmente operado pelo Ministério do Comércio e da Indústria.

Em termos de variedade de grãos de café, inicialmente o Arábica era a principal variedade cultivada na Índia. Contudo, como resultado de uma grave infestação causada por ferrugem do café, uma espécie alternativa de café, chamada Robusta, também se tornou popular na Índia. Essa é a variedade mais comum de café cultivada no país. Atualmente, o Robusta representa 70% das variedades de Grãos de Café cultivadas na Índia.

Atualmente, o café é cultivado em três regiões da Índia, com Karnataka, Kerala e Tamil Nadu formando a região tradicional de cultivo do café no país, representando 90-95% da produção total de café na Índia. Ela é seguida por novas áreas desenvolvidas nas regiões não tradicionais de Andhra

¹ Fonte: Conselho de Café da Índia (www.indiacoffee.org)

² Fonte: Trade Map (www.trademap.org)

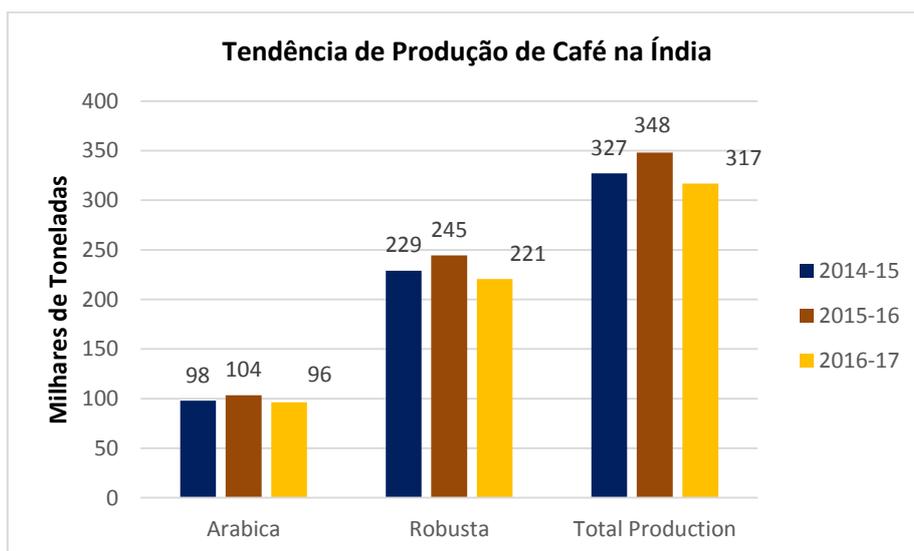
Pradesh e Orissa, na costa leste do país, e pela região que inclui os estados de Assam, Manipur, Meghalaya, Mizoram, Tripura, Nagaland e Arunachal Pradesh, no nordeste da Índia.

1.1 Produção de Café na Índia

A Índia é o 6º maior produtor de café do mundo. Em um curto período de 3 anos, a produção de café na Índia tem mostrado um padrão quase consistente em termos de produção total.

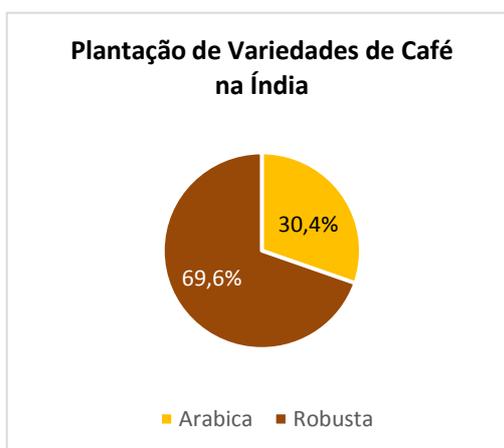
Produção Total de Café em 2016/17 **317.000 toneladas**

Fonte: Conselho de Café da Índia (www.indiacoffee.org)



Fonte: Conselho de Café da Índia (www.indiacoffee.org)

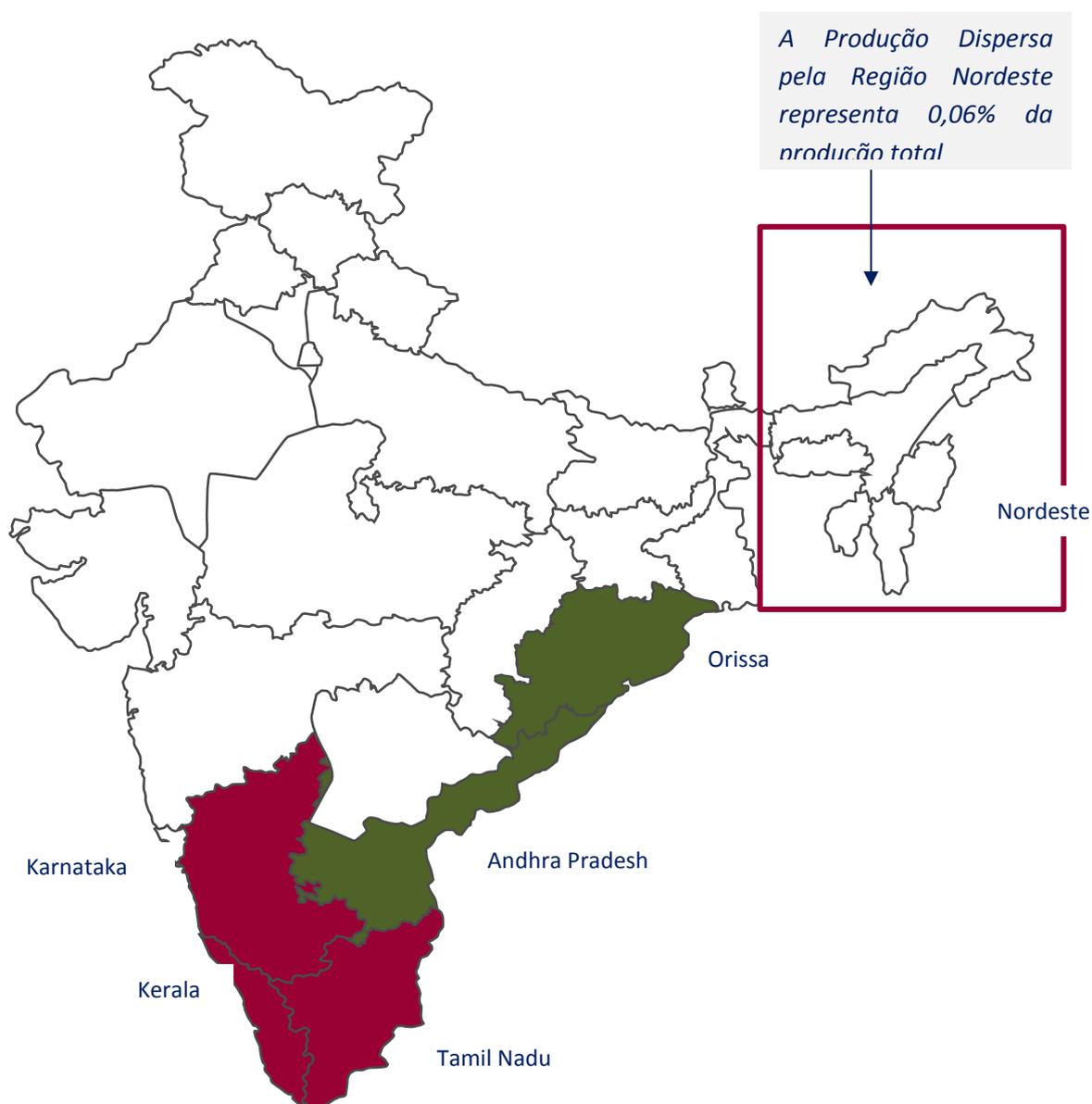
Em termos de Variedades de Grãos de Café, existem duas amplas categorias de grãos de café cultivados na Índia. Embora o Arábica tenha sido a primeira variedade cultivada na Índia, atualmente, o Robusta domina a produção total de Café na Índia.



Fonte: Conselho de Café da Índia (www.indiacoffee.org)

1.2 Áreas de Produção de Café na Índia

Na Índia, o Café é cultivado principalmente nos quatro estados do Sul, representando 99,7% de toda a produção de café. O estado de Karnataka, no sul da Índia, é o maior produtor de Café no país, representando 71% da produção total.



Como dispõe a Classificação do Conselho de Café da Índia, as regiões de cultivo de Café no país são classificadas em dois amplos segmentos – Região Tradicional e Região Não Tradicional.

Classificação	Estados	Contribuição para a produção
		Total
Região Tradicional	Karnataka, Tamil Nadu e Querala	96,7%
Região Não Tradicional	Andhra Pradesh, Orissa e Estados do Nordeste	3,3%

Fonte: Conselho de Café da Índia (www.indiacoffee.org)

1.3 Plantações de Café na Índia

Há um total de 220.825 fazendas de café na Índia, com área total de plantação de 388.195 hectares.

Uma característica fundamental da Indústria é que as pequenas fazendas, ou seja, fazendas com área total menor que 10 hectares em plantações de café, juntas contribuem com 70% da produção total de café na Índia e possuem um banco de terrenos de 74,6% do total de banco de terrenos com plantações de café.

As plantações de café na Índia possuem uma mão de obra constituída por 633 mil pessoas.

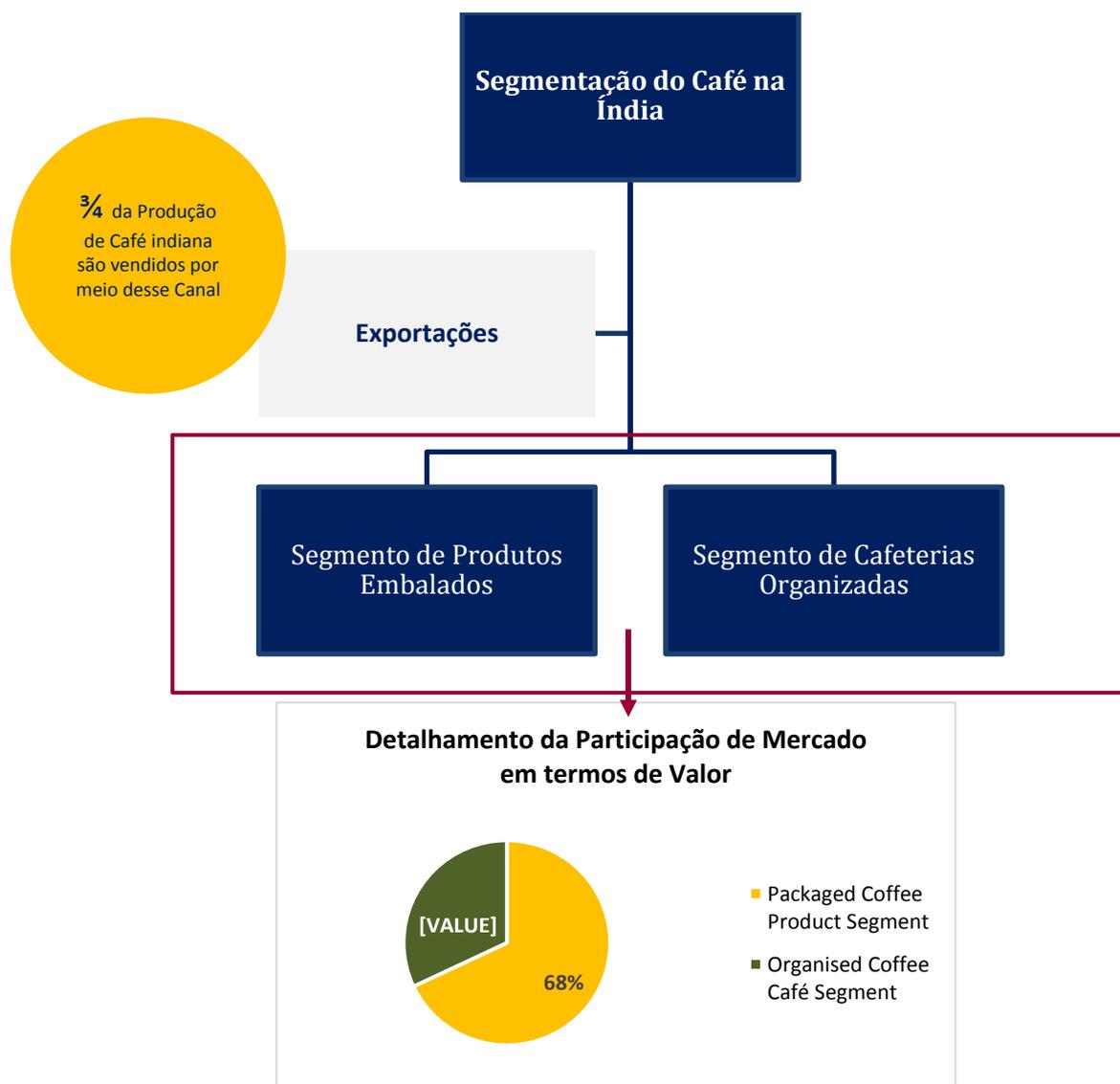
Classificação das Fazendas	Número de Fazendas		Tamanho da Área		Contribuição para a Produção Total de Café
	Nº de Fazendas	% do Total de Fazendas	Área em hectares	% da Área Total	
Pequenas Fazendas					70%
< 4	178.585	80,9	144.196	37,1	
2 a 4	27.731	12,6	71.905	18,5	
4 a 10	11.800	5,3	73.642	19	
Subtotal	218.116	98,8	289.743	74,6	
Grandes Fazendas					30%
10 a 25	1.789	0,8	29.829	7,7	
> 25	920	0,4	68.623	17,7	
Subtotal	2.709	1,2	98.452	25,4	
Total de Fazendas	220.825	100	388.195	100	100%

Fonte: Conselho de Café da Índia (www.indiacoffee.org)

1.4 Segmentação do Mercado de Varejo de Café na Índia

O Mercado de Varejo de Café na Índia está estimado em US\$ 807 milhões, excluindo o valor das exportações.³

Uma característica peculiar do mercado de café indiano é que quase três quartos da produção de café na Índia são exportados. Hoje, os participantes dominantes da Índia compram o café principalmente das plantações indianas. Em termos de consumo de café, cerca de 80-100 mil toneladas de café são consumidas no mercado interno e, em média, 200-222 mil toneladas de café foram exportadas pela Índia no último período de 3 anos.



Fonte: T&A Research: Dados coletados de diversas fontes de dados, incluindo bancos de dados do Governo indiano, periódicos do setor, jornais diários nacionais, publicações de associações industriais e portais de pesquisa do mercado internacional. Além disso, as principais respostas à entrevista também foram consideradas.

³ Fonte: T&A Research

Segmento de Produtos de Café Embalados na Índia

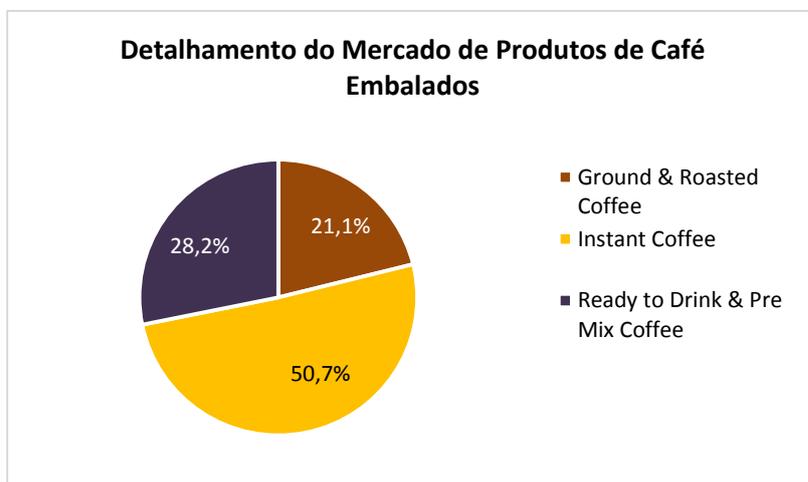
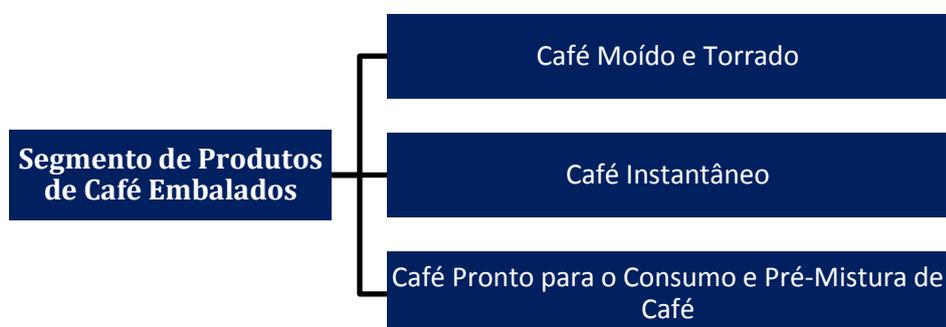
Tamanho do Mercado do Segmento de Produtos de Café Embalados na Índia

US\$ 546 milhões

*O número não inclui as exportações de café e inclui apenas o mercado interno de consumo.

Fonte: T&A Research

O segmento de produtos embalados evoluiu com vários formatos de Café, que incluem de forma geral:



Fonte: T&A Research

O mercado de produtos de café embalados na Índia cresceu a uma taxa de 5-6% ao ano nos últimos 5 anos. Na Índia, o café instantâneo popular contém 20-40% de chicória. O café misturado com chicória é uma prática comum na Índia, pois o café no país é consumido principalmente com leite, e os indianos preferem um sabor suave de café para evitar o amargor de blends mais fortes. Além disso, as marcas populares de café instantâneo na Índia contêm uma quantidade menor de grãos descascados, o que é medido pelo equivalente a café verde (ECV)

A importância de produtos de café Prontos para o Consumo está ganhando proeminência na Índia devido ao estilo de vida moderno e à urbanização. Considerando a dependência do volume do mercado, a disponibilidade desses produtos no varejo é um grande determinante do sucesso desses produtos. As prateleiras de supermercado e máquinas de venda automática desempenham um papel fundamental nesse sentido.

No prazo mais longo, a prática de consumo de café em casa e no trabalho impulsionará o consumo de café indiano. Embora o café seja tradicionalmente dominante no Sul da Índia, a bebida ganhou popularidade nacional no início dos anos 2000 em meio a um boom na cultura de cafeterias no país. Por sua vez, isso aumentou o consumo de café de 50 g per capita em 2005 para o nível atual de 100 g per capita.

Segmento de Cafeterias Organizadas na Índia

Tamanho do Mercado do Segmento de Cafeterias Organizadas na Índia

US\$ 277 milhões

Fonte: T&A Research

O Segmento de cafeterias da Índia está crescendo de forma constante com duas participantes principais, Starbucks e Café Coffee Day, que estão em expansão. O mercado cresceu em ritmo acelerado, de cerca de 20%, no último período de 3 anos.

Um dos principais motivos para essas redes terem sucesso na Índia é a “indianização” da ambientação das unidades, assim como do cardápio. Além dos vários blends de café, o cardápio oferece um panorama da culinária indiana. O Chai Latte e os Rolinhos, por exemplo, dão um sabor indiano ao cardápio. Especialistas acreditam que essa “indianização” do cardápio, principalmente da comida, de fato ajudou a aumentar o gasto por pessoa/grupo em uma única visita, assim como garante as próximas visitas. As ofertas globais padrão, como muffins, sanduíches, cookies e quiches, entre outras, continuam atraindo os mais jovens e consumidores corporativos.

Por outro lado, o alto custo imobiliário é um desafio que reduz a margem dos formatos de cafeteria. O preço de imóveis continua alto em boas localizações de diversas cidades e municípios da Índia, embora seja relativamente baixo em cidades do Nível II, em comparação a cidades do Nível I na Índia. De acordo com os especialistas, em uma boa localização, quase 50% do custo do empreendimento é do imóvel. Isso afeta o cálculo de custos geral e a lucratividade das varejistas de café.

1.5 Principais Tendências na Indústria do Café na Índia

▪ Mudança Positiva na Cultura de Consumo do Café na Índia

Uma perspectiva positiva do consumidor com relação a novas experiências, como café premium, renda disponível mais alta e o número cada vez maior de profissionais jovens são alguns dos fatores importantes que promoveram o crescimento do consumo de café na Índia. Além disso, o aumento do acesso a máquinas de café em escritórios e instituições provocou o interesse por café na Índia, o que, por sua vez, incita indiretamente o consumo de café nas residências. Essa mudança no comportamento do consumidor também levou à popularidade da cultura de cafeterias. Dessa forma, gastar INR 200-400 em uma xícara de café não é um grande empecilho para os atuais consumidores da classe média indiana.

▪ Motivação da expansão

No segmento de cafeterias, a chegada da varejista de café global Starbucks foi um sucesso na Índia. Desde a inauguração de sua primeira unidade em 2012, a varejista de café abriu de 50 a 70 unidades em todas as grandes cidades metropolitanas na Índia. As operações da Starbucks da Índia são parte da Tata Starbucks Ltd., joint venture com participação igual (50%) da varejista de café norte-americana e da Tata Global Beverages. As unidades da Starbucks atraem não somente os frequentadores habituais de cafeterias (jovens), mas também têm conquistado a classe executiva.

Por outro lado, a Café Coffee Day, maior varejista de café da Índia, inaugurou aproximadamente 150 unidades no último ano. O número total de unidades dessa varejista é de aproximadamente 1.550, com presença em 200 cidades. Esse aumento na quantidade total de unidades e a marca Starbucks somaram ao crescimento e à expansão desse mercado.

O setor de bebidas do Grupo Tata de US\$ 110 bilhões invadiu o mercado de produtos de café instantâneo com uma nova marca, Tata Coffee Grand. A TGB será a terceira empresa nesse mercado. A Bru e a Nescafe dominam a maior parte do mercado de café instantâneo na Índia.

▪ Renda disponível favorável na Índia

O aumento dos níveis de renda, aliado ao aumento da população de jovens em idade ativa, ajudará a aumentar a participação de gastos discricionários na Índia.

No FY⁴ de 2015, havia cerca de 55 milhões de famílias indianas*² na classe média (famílias com renda anual de US\$ 10.000 ou mais), com uma população total de aproximadamente 275 milhões, da qual somente 5 milhões de famílias indianas possuem níveis de renda anuais acima de US\$ 45.000.

Espera-se que, até 2020, esse número de famílias na classe média alcance 100 milhões.

Apresentamos a seguir uma pirâmide de renda que representa a mudança na distribuição de renda na Índia (em termos de número de famílias).



- As rendas aumentaram em um ritmo acelerado na Índia e continuarão a aumentar, considerando as fortes perspectivas de crescimento econômico do país. A renda per capita (em preços atuais) em 2015/16 foi estimada em aproximadamente US\$ 1.425, com taxa de crescimento de 7,4% ao ano.

- **Diferentes formatos para chamar a atenção do consumidor**

As cafeterias na Índia seguem uma combinação de diversos formatos, incluindo formatos para shoppings, rodovias, *lounges* (formato premium de luxo) e *Square* (destino com café single origin). Possuir esses formatos diferentes ajuda a alcançar os diversos segmentos de consumidores no

⁴ FY – Exercício Financeiro ou Exercício Social é o período com início em 1º de abril de 20xx até 31 de março de 20xx + 1 (Por Exemplo, 1º de abril de 2016 a 31 de março de 2017).

mercado, com poder de compra e preferências diferentes. Atualmente, essa estratégia é seguida pelos varejistas de café menores para entrar no mercado.

Em termos do mercado de produtos de café embalados, há várias novas empresas que oferecem café gourmet com boa qualidade de grãos, torras e blends posicionados como produtos premium. Algumas dessas novas empresas, muitas com vendas on-line, incluem a Blue Tokai, The Indian Bean, Flying Squirrel, Seven Beans, The Coffee Company, Black Baza e Estate Craft. Algumas das empresas gourmet recém-criadas também vendem cápsulas e sachês de expresso com máquinas, um conceito completamente novo para o mercado indiano.

Além disso, algumas das marcas gourmet ganharam espaço nas prateleiras de unidades de varejo modernas e luxuosas, como Godrej Nature's Basket, Food Hall e Le Marche, e em restaurantes e cafeterias em cidades metropolitanas como Délhi, Mumbai e Bangalore.

- **Concorrência Intensa**

Até agora, o mercado de Cafeterias é dominado por poucas empresas, incluindo a Café Coffee Day, Starbucks, Costa Coffee, Barista e Coffee Bean & Tea Shop. O principal motivo para o sucesso dessas marcas é o fato de que elas exploraram com sucesso a escolha do consumidor indiano.

Da mesma forma, embora as empresas gourmet estejam criando um mercado de nicho para os entusiastas do café no segmento de café embalado, o grande mercado é dominado por duas ou três empresas em cada segmento. Por exemplo, o café instantâneo é dominado pela Bru da HUL e pela Nescafé da Nestlé. Da mesma forma, no segmento de mistura para café, a Georgia da Coca-Cola e a Nescafé da Nestlé são as marcas populares na Índia.



2.0 Análise da Concorrência

2.0 Análise da Concorrência no Varejo de Café na Índia

2.1 Produtos de Café Embalados

As últimas duas décadas apresentaram aos consumidores indianos vários formatos de café devido ao aumento no número de formatos de cafeteria, bem como à crescente proliferação das máquinas de venda automática de café em instituições, escritórios e organizações comerciais.

No segmento de café instantâneo, que é também o produto de café embalado mais popular na Índia, a Nescafe e a Bru dominam o mercado. No segmento de pó de café, consumido principalmente no Sul da Índia, a Bru, juntamente com algumas marcas indianas dessa região, tem uma participação de mercado dominante. Illy, Lavazza e Café Coffee Day são as empresas de destaque no espaço de marca para grãos de café embalados. Entretanto, o uso doméstico de grãos de café é limitado, pois eles exigem a utilização de equipamentos como moedores de café/cafeteiras, que ainda têm baixa penetração nos lares indianos.

Posição	Marca	Empresa	Segmento
1	Nescafe	A Nescafe é a marca de café mais famosa da Índia. Ela tem uma forte influência no mercado indiano. Ela também tem uma participação de mercado dominante de 50% no segmento de café instantâneo. ⁵ Essa marca é renomada por seu sabor e aroma deliciosos. Essa marca pertence à Nestlé India Limited.	Fabricado na Índia
2	Bru	A Bru é conhecida como uma das marcas de café preferidas da Índia, introduzida pela Hindustan Unilever Limited. Ela detém cerca de 48% da participação de mercado no segmento de café instantâneo. ⁶ BRU instant coffee, BRU Exotic, BRU Gold, BRU Select e BRU Roast and Ground, entre outras, são as variações de café da BRU.	Fabricado na Índia
3	Tata coffee	A Tata é uma das maiores exportadoras de café da Índia. O grupo conta com aproximadamente 19 fazendas de café. Essa marca é reconhecida por sua qualidade e sabor. A empresa lançou	Fabricado na Índia

⁵ Fonte: Business Standard (www.business-standard.com), Economic Times (economictimes.indiatimes.com)

⁶ Fonte: Business Standard(www.business-standard.com, Economic Times (economictimes.indiatimes.com)

		recentemente, em 2015, café instantâneo para o mercado interno indiano.	
4	Davidoff	A Davidoff está posicionada como uma marca de café instantâneo de luxo na Índia. Ela oferece uma grande variedade de tipos no segmento de café instantâneo.	Importado
5	Narasu's Coffee	A Narasu's oferece chá, chicória, pó de café instantâneo e pó de café. A empresa tem fazendas de café em Tamil Nadu e Karnataka. A marca está disponível principalmente no Sul da Índia.	Fabricado na Índia
6	Leo	Essa marca é popular no Sul da Índia. A principal presença da marca é no segmento de pó de café.	Fabricado na Índia
7	Blue Tokai	O Blue Tokai está posicionado como um produto de café gourmet. O produto fornece exclusivamente grãos de café colhidos manualmente e torrados recentemente, colhidos em várias fazendas da Índia. Há um aroma delicioso adicionado a seu café.	Fabricado na Índia
8	Lavazza	A Luigi Lavazza S.p.A é uma fabricante italiana de produtos de café. Essa marca adquiriu imensa popularidade na Índia em todos os diversos segmentos como café instantâneo e grãos de café torrados.	Importado
9	Illy	A Illy é uma torrefadora de café italiana. O café Illy está posicionado como um café premium no segmento de grãos de café inteiros e café pré-moído.	Importado
10	Bayar's Coffee	A Bayars Coffee é especialmente famosa no Sul da Índia e especializada no segmento de pó de café e café torrado.	Fabricado na Índia
11	Cafe Rio	A Cafe Rio é especializada em oferecer grãos de café torrados com um aroma único. Café de torra média e café preto são os dois pacotes de pó de café comercializados por essa marca.	Fabricado na Índia

2.2 Formatos de Cafeterias

O mercado de cafeterias na Índia constitui cerca de 25% do mercado total de café, ou seja, é avaliado em US\$ 1,1 bilhão.

A Café Coffee Day (CCD), rede de café controlada pela Coffee Day Global Ltd. e maior rede da Índia, tem quase nove vezes mais unidades que a Barista, de propriedade da Carnation Hospitality, a segunda maior rede. Com a Starbucks crescendo em um ritmo sem precedentes, a concorrência se intensificou ainda mais. Até mesmo restaurantes de *fast food* como o McDonald's estão entrando no mercado de café com o McCafé. O McCafé é a terceira linha de negócios do McDonald's na Índia, depois do serviço de *fast food* (além da entrega em domicílio) e dos formatos de quiosque.

Posição	Cafeterias Populares na Índia	Nº de Unidades na Índia
1	Café Coffee Day	1.550
2	Barista	169
3	Costa Coffee	82
4	Starbucks	64
5	Coffee Bean and Tea Leaf	26
6	McCafé	30

Fonte: Quartz India (www.qz.com/india)

2.3 Dependência das Importações de Café na Índia

No momento, a Índia é um exportador líquido de Café. No ano de 2015-16, a Índia exportou quase 6 vezes mais café que suas importações totais.

Segmento de Café Cru

Em termos de importações, os principais parceiros de importação da Índia na indústria do café incluem o Vietnã, a Indonésia, Uganda, o Quênia e o Brasil, em ordem de classificação. É importante destacar que o Vietnã contribui com cerca de 50% das importações indianas, ao passo que a Indonésia contribui com cerca de 30% do total de importações do país na indústria do café em diversos formatos. Normalmente, o café em grãos (excluindo café torrado e descafeinado) representa a maior parte das importações indianas. Um fator principal que restringe as importações são os altos tributos sobre os grãos de café, que totalizam cerca de 110-115%.

Em termos de exportações, os principais parceiros de exportação da Índia na indústria do café incluem a Itália, a Alemanha, a Bélgica, a Jordânia e a Eslovênia, em ordem de classificação. A Itália representa 30% do total de exportações de café da Índia, ao passo que a Alemanha também é um grande mercado para as exportações indianas, representando cerca de 12% do total de exportações. Normalmente, o café (excluindo café torrado e descafeinado) representa a maior parte das importações indianas. As exportações da Índia representam 2,7% das exportações mundiais desse produto, e, na classificação de exportações mundiais, o país fica em 11º lugar.⁷

Segmento de Café Instantâneo

No Segmento de Café Instantâneo, as exportações indianas de café ficaram em US\$ 236,72 milhões em 2015-16. O mercado têm se mantido muito consistente nos últimos 3 anos, com ligeiras flutuações nesse segmento. Alguns dos principais parceiros de exportação da Índia incluem a Rússia, a Turquia e a Malásia.

Em termos de importações, o mercado de café instantâneo ficou em US\$ 4 milhões. O mercado teve uma tendência de queda em comparação a 2014-15. A Índia testemunhou uma nova onda de marcas que adquirem o café de melhor qualidade de fazendas locais e fazem a torra desse café no local, em diversos formatos. Alguns dos principais parceiros de importação da Índia nesse segmento incluem o Vietnã, a Colômbia e a Malásia.⁸

⁷ Fonte: Trade Map (www.trademap.org)

⁸ Fonte: Trade Map (www.trademap.org)



Estrutura Regulatória Política de Importação

3.0 Estrutura Regulatória e Política de Importação

3.1 Política de Importação e Regulamentos para Produtos de Café na Índia

Todas as importações na Índia são regulamentadas de acordo com a política de comércio exterior formulada pelo Diretório Geral de Comércio Exterior (DFGT).⁹

Contudo, a Autoridade de Segurança e Padrões Alimentares da Índia (FSSAI)¹⁰ é a agência reguladora no ministério da saúde que supervisiona a importação de alimentos para garantir a qualidade.



Exigência Obrigatória da FSSAI para Importações

- Um importador ou agente da alfândega (CHA) deve obter um Certificado de Não Objeção (NOC) da FSSAI para importar quaisquer alimentos.
- ❖ Todos os produtos devem ter um prazo de validade mínimo de 60% em cada produto no momento da entrada na Índia.
- ❖ Todas as informações devem estar em inglês.

Procedimento de Importação Geral de Bebidas

Todos os produtos de café poderão ser importados para a Índia com uma Licença Geral de Exportação (OGL), o que significa que nenhuma licença específica é exigida para importar esses produtos para a Índia. Contudo, conforme aplicável a quaisquer importações gerais, a importadora deve obter um Código de Importação e Exportação (IEC) emitido pelo Diretor-Geral de Comércio Exterior e pelo Ministério do Comércio.

- **Código de Importação e Exportação:** O IEC deve ser obtido do DGFT para importar e exportar mercadorias
- **Aprovação de produtos pela FSSAI** – Obter a aprovação da FSSAI é uma exigência obrigatória para o importador. Qualquer produto importado que não esteja de acordo com as normas da FSSAI pode ser apreendido.
- **Documentos:**

⁹ O Diretório Geral de Comércio Exterior (DFGT) é a agência do Ministério do Comércio e da Indústria do Governo da Índia responsável por administrar leis relacionadas ao comércio exterior e investimentos estrangeiros na Índia.

¹⁰ A Autoridade de Segurança e Padrões Alimentares da Índia (FSSAI) é uma autarquia estabelecida de acordo com o Ministério da Saúde e Bem-Estar Familiar do Governo da Índia. A FSSAI é responsável por estabelecer normas para produção, comercialização e comércio exterior de alimentos na Índia.

- **Declaração de Importação** – Todo importador deve registrar a declaração de importação de acordo com o artigo 46. O documento apresenta a descrição e o valor das mercadorias importadas para o país, e os seguintes documentos devem ser apresentados para sua obtenção: -
 - a) Original e cópia da declaração aduaneira
 - b) Cópia da permissão de importação
 - c) Cópia dos dados bancários
 - d) Cópia das remessas feitas
 - e) Liberação da FSSAI – Para obter o NOC, uma solicitação deve ser feita com a Autorização de Importação de Alimentos (FICS) da FSSAI
- **Certificação de Origem**
- **Lista de países de trânsito** – Caso a remessa de alimentos seja transportada por meio de mais de um país.
- **Conhecimento de Embarque** – conforme declarado na Declaração de Importação (BoE) para transporte marítimo.
- **Conhecimento Aéreo** – conforme declarado na Declaração de Importação (BoE) para transporte aéreo.
- **Declaração de uso final** – Na qual o Importador deve declarar o uso final do alimento importado
- **Certificado de reexportação** – Os importadores devem apresentar um certificado à Alfândega de que essas mercadorias foram reexportadas

Formulários específicos que devem ser fornecidos para importação de Café:

- **Licença de importação** – Essa licença deve ser obtida do Ministério da Agricultura do Governo da Índia (em caso de produção agrícola/produção de horticultura primária)
- **Certificado Fitossanitário** – Deve ser obtido em caso de plantas, produtos vegetais ou outros artigos controlados para atender às exigências de importação fitossanitária. Esse certificado é exigido para importação de commodities como plantas, bulbos e tubérculos ou sementes para propagação, frutas e vegetais, flores e ramos de corte, grãos, meios de cultivo e produtos vegetais processados, quando esses produtos, por sua natureza ou a de seu processamento, têm potencial de introduzir pragas regulamentadas. Na Índia, o certificado é obtido do **Diretório de Proteção, Quarentena e Armazenamento de Plantas (Ministério da Agricultura, Departamento de Agricultura e Cooperação)**. O certificado é exigido para importar café, chá, mate e especiarias

Exigências de Embalagem:

A. Exigências gerais de Embalagem de acordo com a FSSAI para alimentos embalados: -

- Alimentos pré-embalados não devem ser descritos ou apresentados em qualquer rótulo ou de qualquer forma que seja falsa ou enganosa ou que tenha probabilidade de criar uma impressão errônea com relação à sua natureza em qualquer aspecto;
- Rótulos em alimentos pré-embalados deverão ser aplicados de forma a não se separarem do recipiente;
- O conteúdo do rótulo deverá ser claro, destacado, permanente e prontamente legível pelo consumidor em condições normais de compra e uso;
- Quando o recipiente estiver coberto por um embrulho, o embrulho deverá conter as informações necessárias ou o rótulo no recipiente deverá ser prontamente legível através do embrulho exterior e não obscurecido por ele.

B. Exigência de Embalagem Específica:

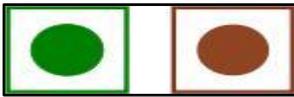
- Todos os pós a serem reconstituídos como bebidas precisam ser embalados em tamanhos padrão: Nenhuma restrição abaixo de 50g, porém, acima disso, os tamanhos da embalagem são prescritos da seguinte maneira: -
 - a) 75 g, 100 g, 200 g, 250 g, 400 g, 450 g, 500 g, 750 g, 1 kg
 - b) Múltiplos de 1 kg a partir disso

Exigências de Rotulagem

Posição	Categoria	Informações Exigidas	Critérios de Rotulagem
1	Nome do alimento (nome do produto)	XYZ	Somente Embalagem Original (ou seja, Embalagem Principal) (poderá ser impresso por jato de tinta/a laser na embalagem principal)
2	Lista dos	Em ordem decrescente	Somente

	ingredientes (Não exigido em caso de único ingrediente)		Embalagem Original (ou seja, Embalagem Principal) (poderá ser impresso por jato de tinta/a laser na embalagem principal)
3	Informações nutricionais	Em ordem decrescente	Somente Embalagem Original (ou seja, Embalagem Principal) (poderá ser impresso por jato de tinta/a laser na embalagem principal)
4	Nome e endereço do fabricante (ou seja, do produtor)	Com um prefixo Fabricado/Produzido/Embalado por Endereço Completo	Somente Embalagem Original (ou seja, Embalagem Principal) (poderá ser impresso por jato de tinta/a laser na embalagem principal)
5	Quantidade Líquida (ou seja, peso líquido do produto)	Em caso de produto com peso fixo	Somente Embalagem Original (ou seja, Embalagem Principal) (poderá

			ser impresso por jato de tinta/a laser na embalagem principal)
6	Lote nº	Com um prefixo Lote nº	Somente Embalagem Original (ou seja, Embalagem Principal) (poderá ser impresso por jato de tinta/a laser na embalagem principal)
7	Data de fabricação, ou seja, data de produção		Somente Embalagem Original (ou seja, Embalagem Principal) (poderá ser impresso por jato de tinta/a laser na embalagem principal)
8	Válido até ou usar até (data) ou data de vencimento		Somente Embalagem Original (ou seja, Embalagem Principal) (poderá ser impresso por jato de tinta/a laser na embalagem

			principal)
9	Logotipo de vegetariano/não vegetariano	Adequado/Não adequado para vegetarianos 	Embalagem principal ou adesivo separado
10	Nome e endereço do importador	Com um prefixo Importado por Endereço Completo	Embalagem principal ou adesivo separado
11	Número da licença FSSAI do importador (será considerado defeito de rotulagem retificável a partir de 1º de julho de 2014)		Embalagem principal ou adesivo separado

Regulamentos Específicos a respeito da importação de Café na Índia

- O FTDR, ou seja, a Lei (de Desenvolvimento e Regulamentação) de Comércio Exterior [*Foreign Trade (Development and Regulation) Act*] e a Lei do Café [*Coffee Act*], de 1942, norteiam a importação e exportação de produtos de café na Índia.
- Nenhum café exportado da Índia deverá ser reimportado para a Índia, exceto com a autorização concedida pelo Conselho.

Regulamento a respeito de Investimento Direto Estrangeiro (IDE) na Índia para plantação de Café

Em 2015, o Governo Indiano permitiu 100% de IDE em cinco culturas de plantação, que incluem café, borracha, cardamomo, palmeira e oliveira por meio de rota automática. Antes disso, foi permitido 100% de investimento estrangeiro por meio da rota de aprovação governamental apenas no setor de plantação de chá. De acordo com especialistas, essa mudança ajudaria os cafeicultores a aumentar a produção de café em 30-40% no médio prazo de 3 a 5 anos.

3.2 Tendências de Importação e Exportação

3.2.1 – Tendência de Exportação

A Índia exporta café para mais de 40 países no mundo. O país registrou um crescimento de 13% nas exportações em 2015-16. O principal formato de exportação de café da Índia são os grãos de café.

Código SH	Descrição do Produto	Valor das exportações (US\$ milhões) em 2015-16
090111	Café (excluindo torrado e descafeinado)	535,43
090112	Café descafeinado (excluindo torrado)	0,017
090121	Café torrado (excluindo descafeinado)	3,411
090122	Café torrado descafeinado	0,016
090190	Cascas e películas de café; sucedâneos do café que contêm café em qualquer proporção	1,858
210111	Extratos, essências e concentrados de café	254,33
210130	Chicória torrada e outros sucedâneos torrados do café e extratos, essências e concentrados	17,110
Total		US\$ 812,17

Fonte: UN Comtrade (www.comtrade.un.org)

O valor das diversas categorias de café exportadas pela Índia em 2015-16 foi de US\$ 812,17 milhões

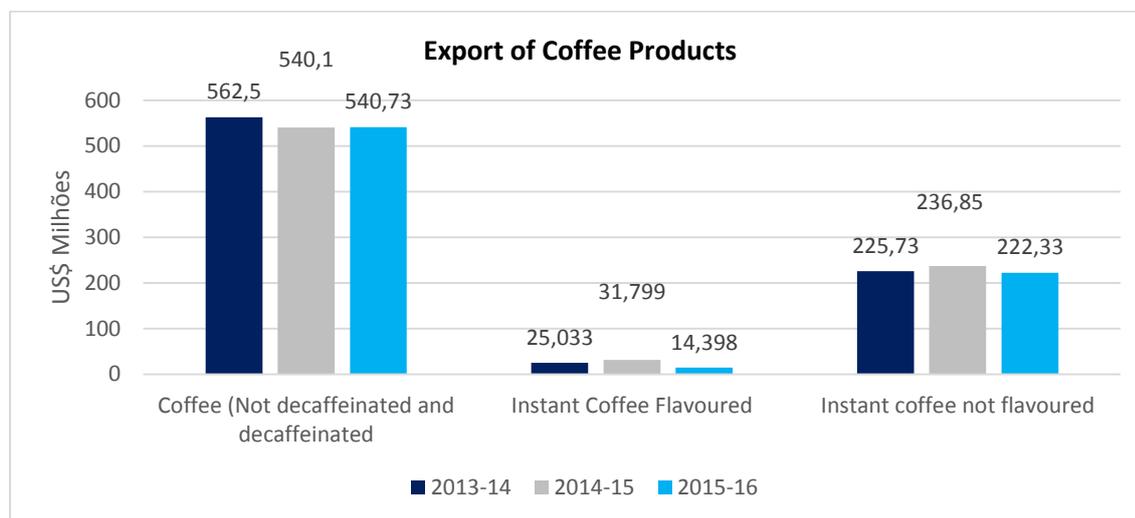
Algumas das principais categorias de café exportadas pela Índia em 2015-16

Café	Código SH	Valor das exportações (US\$ milhões)	Quantidade (em toneladas)	Principais Parceiros de Exportação
Café, torrado ou descafeinado ou não, cascas e películas de café, sucedâneos do café	0901	540,73	2.10.715	Itália, Alemanha e Bélgica
Café Instantâneo Aromatizado	21011110	14398	2.150,16	Vietnã, Área Não Especificada em Nenhum Outro

				Lugar e Myanmar
Café instantâneo não aromatizado	21011120	222,33	31.510	Federação Russa, Turquia e Malásia

Fonte: UN Comtrade (www.comtrade.un.org)

Tendência de exportação de alguns produtos principais de café no segmento (3 anos):



Fonte: UN Comtrade (www.comtrade.un.org)

3.2.2 - Tendência de Importação

A tendência de importação de produtos de café na Índia foi bem consistente nos últimos três anos, com variações de cerca de 5% ao ano. Os altos direitos alfandegários sobre importações podem ser atribuídos como o principal motivo que restringe esse segmento.

Código SH	Descrição do Produto	Valor das importações (US\$ milhões) em 2015-16
090111	Café (excluindo torrado e descafeinado)	118,56
090112	Café descafeinado (excluindo torrado)	0,085
090121	Café torrado (excluindo descafeinado)	0,772
090122	Café torrado descafeinado	0,016
090190	Cascas e películas de café; sucedâneos do café que contêm café em qualquer proporção	0,501
210111	Extratos, essências e concentrados de café	7,364
210130	Chicória torrada e outros sucedâneos torrados do café e extratos, essências e concentrados	0,085
Total		US\$127,38

Fonte: UN Comtrade (www.comtrade.un.org)

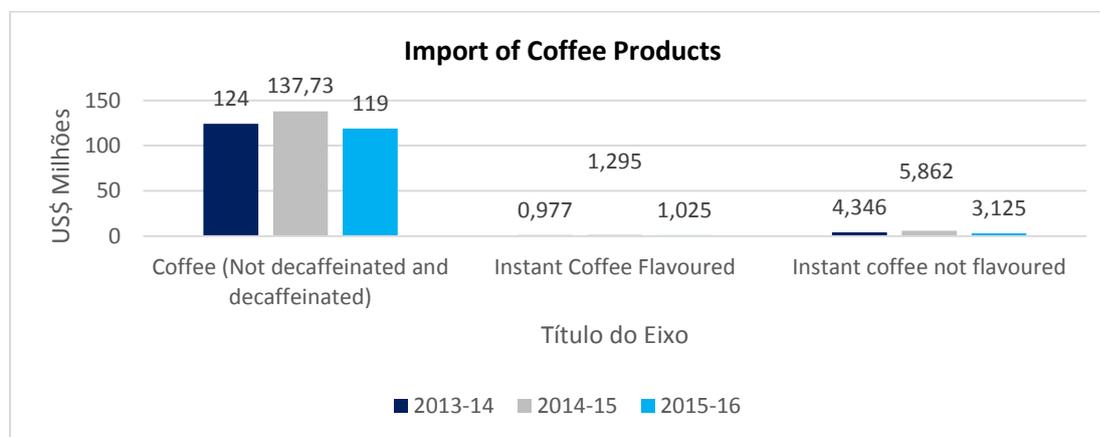
O valor das diversas categorias de café importadas pela Índia em 2015-16 foi de US\$ 127,379 milhões

Algumas das principais categorias de café importadas pela Índia em 2015-16:

Café	Código SH	Valor das importações (US\$ milhões)	Quantidade (em toneladas)	Principais Parceiros de Importação
Café, torrado ou descafeinado ou não, cascas e películas de café, sucedâneos do café	0901	119,93	65.487	Vietnã, Indonésia e Uganda
Café Instantâneo Aromatizado	21011110	1,025	740	Coreia, Vietnã e EAU
Café instantâneo não aromatizado	21011120	3,125	491	Vietnã, Colômbia, Malásia

Fonte: UN Comtrade (www.comtrade.un.org)

Tendência de importação das principais categorias de café no segmento (3 anos):



Fonte: UN Comtrade (www.comtrade.un.org)

Participação no Comércio Exterior Total da Índia

Exportação de Café	Total de Exportações	Participação no Comércio Exterior Total da Índia
US\$ 812,17 milhões	US\$ 264.381 milhões	0,30%

Fonte: UN Comtrade (www.comtrade.un.org)

Importação de Café	Total de Importações	Participação no Comércio Exterior Total da Índia
US\$ 127,379 milhões	US\$ 390.744 milhões	0,032%

Fonte: UN Comtrade (www.comtrade.un.org)

3.3 Tarifas e Tributos de Importação

O Direito Alfandegário é um tipo de imposto indireto incidente sobre mercadorias importadas para a Índia, bem como mercadorias exportadas pelo país. Os tributos de importação normalmente são segmentados nas seguintes categorias:

- Direito Básico
- Direito Alfandegário Adicional
- Direito Compensatório (CVD)
- Tributo para a Educação

Consideramos os códigos SH a seguir com relação a itens de café essenciais:

Código SH	Descrição do Item	Direito Alfandegário (Vigente)	
0901	Café, Torrado ou Descafeinado ou Não, Cascas e Películas de Café, Sucedâneos do Café que Contêm Café em Qualquer Proporção	Direito Básico:	100
		Tributo para a Educação:	2
		Tributo para a Educação Superior:	1
		Direito Compensatório (CVD):	0
		CVD Adicional	4
		Direito Vigente Líquido	111,12%
21013020	Sucedâneos torrados do café	Direito Básico:	30
		Tributo para a Educação:	2
		Tributo para a Educação Superior:	1
		Direito Compensatório (CVD):	0
		CVD Adicional	4
		Direito Vigente Líquido	36,136%
21011110	Café Instantâneo Aromatizado	Direito Básico:	30
		Tributo para a Educação:	2
		Tributo para a Educação Superior:	1
		Direito Compensatório (CVD):	12,5
		CVD Adicional	4
		Direito Vigente Líquido	53,543%
21011120	Café Instantâneo Não	Direito Básico:	30

	Aromatizado	Tributo para a Educação:	2
		Tributo para a Educação Superior:	1
		Direito Compensatório (CVD):	12,5
		CVD Adicional	4
		Direito Vigente Líquido	53,543%

Fonte: Ice gate (www.icegate.gov.in)



4.0 Oportunidade para Produtos Brasileiros

4.0 Avaliação de Oportunidades para Produtos Brasileiros

Essa Estratégia de Entrada no Mercado tem como base a Análise da T&A sobre a Indústria do Café indiana de acordo com o potencial para produtos brasileiros.

Potencial de Exportação			
	Grande Potencial	Potencial Médio	Pouco Potencial
Varejo – Café Instantâneo			√
Atacado – Grãos de Café (Não torrados ou descafeinados)		√	
Potencial de Investimentos em Plantações de Café			
Plantação de Café	√		
Barreiras à Entrada			
<ul style="list-style-type: none"> Em termos de importações para a Índia, os produtos de Café atraem altos tributos, principalmente no segmento de Café cru (não torrado e não descafeinado), de até 110%. Em termos de investimentos em fazendas de Café, o Governo da Índia permite IDE de até 100% na rota automática para facilitar a produção de café no país. Os especialistas em café continuam otimistas nesse segmento com relação ao médio prazo, já que isso deve aumentar a produção de café na Índia até 30-35% nos próximos 5 anos. 			
Segmento-Alvo			
<ul style="list-style-type: none"> Atacado – Importadores e Revendedores de Café (Não torrado) Varejo – Hotelaria e Alimentação (HoReCa), Importadores de produtos de Café e Bebidas em Cidades do Nível I na Índia 			
Posição	Cidades do Nível I		
1	Bangalore		
2	Chennai		
3	Região da Capital Nacional (NCR) ¹¹ – Principalmente Déli e Gurgaon		
4	Hyderabad		
5	Kolkata		
6	Mumbai		
7	Pune		
Visão de Mercado			
<ul style="list-style-type: none"> No momento, a Índia é um exportador líquido de café. No ano de 2015-16, a Índia exportou quase 6 vezes mais café que suas importações totais. Além disso, o país exporta cerca de ¾ de sua produção total de café. Grande parte das importações e exportações da Índia são no setor de grãos de café a granel. 			

¹¹ Região da Capital Nacional (NCR): A NCR é uma região de planejamento coordenado centralizada no Território da Capital Nacional de Déli, na Índia. No total, 22 distritos nos três estados vizinhos de Haryana, Uttar Pradesh e Rajastão, juntamente com todo o Território da Capital Nacional de Déli, formam a Região da Capital Nacional (NCR) da Índia.

- Em termos do segmento de café embalado na Índia, o “Café Instantâneo” é o segmento dominante. Na Índia, o café normalmente é consumido com leite, e o café instantâneo misturado com chicória é o formato mais fácil de preparar o café sem precisar de uma máquina de café, o que o torna o formato mais popular de consumo doméstico.
- Uma perspectiva positiva do consumidor com relação a novas experiências, como café premium, renda disponível mais alta e o número cada vez maior de profissionais jovens são alguns dos fatores importantes que promovem o crescimento do consumo de café na Índia. Isso acabou levando ao surgimento da cultura de cafeterias na Índia.



5.0 Mapeamento de Possíveis Distribuidores

5.0 Mapeamento de Possíveis Distribuidores

A seguir, apresentamos as principais importadoras e distribuidoras de Café Embalado da Índia:

Posição	Nome da empresa	Localização	Website
1	Chenab Impex	Mumbai (Maharashtra)	www.chenabimpex.com
2	Pearl Foods	Mumbai (Maharashtra)	www.pearlfoods.in
3	Food Edge Gourmet Solutions Pvt. Ltd.	Mumbai (Maharashtra)	www.foodedge.com
4	A.T. Magdum And Company	Dist. Sangli (Maharashtra)	www.atmagdum.com
5	Avr Foods Private Limited	Bangalore (Karnataka)	www.uniqueenterprise.net



6.0 Principais Influenciadores

6.0 Principais Influenciadores

Posição	Nome	Website
1	Tea Coffee Association	www.teacoffeeassociation.com
2	Autoridade de Segurança e Padrões Alimentares da Índia (FSSAI)	www.fssai.gov.in
3	The United Planters Association of Southern India	www.upasi.org
4	Autoridade de Desenvolvimento de Exportação de Produtos Agrícolas e Alimentos Processados (APEDA)	www.apeda.gov.in
5	Conselho de Café da Índia	www.indiacoffee.org
6	Forum of Indian Food Importers (FIFI)	www.fifi.in
7	Conselho de Café da Índia	www.indiacoffee.org



7.0 Principais Eventos de Comércio

7.0 Principais Eventos de Comércio

Posição	Eventos de Comércio	Datas	Local	Website	Frequência do Evento de Comércio
1	World Tea & Coffee Expo	16-18 de novembro de 2017	Bombay Exhibition Centre, Goregaon, Mumbai (Maharashtra)	www.worldteacoffeeexpo.com	Anual
2	India International Tea & Coffee Expo	3-5 de março de 2017	Khudiram Anushilan Kendra, Kolkata (Bengala Ocidental)	www.teacoffeeexpo.in	Anual
3	International Food & Drink Expo India	21-23 de agosto de 2017	Pragati Maidan (Nova Déli)	www.foodtecindia.com	Anual
4	Food Hospitality World	22-24 de agosto de 2017	Bangalore International Exhibition Centre Bangalore (Karnataka)	www.fhwexpo.com	3 vezes por ano
5	GrainTech India	28-30 de agosto de 2017	BIEC Bangalore (Karnataka)	www.graintechindia.com	Anual