

Boletim setorial do

# AGRONEGÓCIO

Recife, agosto de 2011



## Café

Boletim Setorial do

# AGRONEGÓCIO

**Café**



Entidade civil sem fins lucrativos, constituída como serviço autônomo e criada pela Lei 8.029, de 13 de abril de 1990, mantida e administrada pela iniciativa privada, através de seu Conselho Deliberativo.

#### **Conselho Deliberativo - Pernambuco**

Banco do Brasil – BB

Banco do Nordeste do Brasil – BNB

Caixa Econômica Federal – CEF

Federação da Agricultura do Estado de Pernambuco – Faepe

Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Pernambuco – Facep

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco – Fecomércio

Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco – Fiepe

Instituto Euvaldo Lodi – IEL/PE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco – SDE

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial do Estado de Pernambuco – Senac/PE

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Estado de Pernambuco – Senai/PE

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural do Estado de Pernambuco – Senar/PE

Sociedade Auxiliadora da Agricultura do Estado de Pernambuco

Universidade de Pernambuco – UPE

#### **Presidente do Conselho Deliberativo Estadual**

Pio Guerra Júnior

#### **Diretor-superintendente**

Roberto Castelo Branco

#### **Diretor técnico**

Aloísio Ferraz

#### **Diretora administrativo-financeira**

Maria Cândida Moreira

#### **Supervisão editorial**

Unidade de Comunicação e Imprensa – Sebrae

Janete Lopes (gerente)

#### **Comissão de Editoração Sebrae 2011**

Aloísio Ferraz

Ângela Miki

Carla Almeida

Eduardo Maciel

Janete Lopes

Jussara Leite

Roberta Amaral

Roberta Correia

Tereza Nelma Alves

#### **Boletim Setorial do Agronegócio – Café**

#### **Equipe técnica**

Alexandre Alves (gerente da Unidade de Desenvolvimento Territorial Agreste e Sertão)

Carmem Marinho (*trainee*)

Érika Raposo (analista)

Vítor Abreu (*trainee*)

#### **Projeto gráfico e diagramação**

Z.diZain Comunicação | www.zdizain.com.br

#### **Revisão**

Betânia Jerônimo

#### **Impressão**

1.000 exemplares

#### **Tiragem**

Gráfica JB

## Sumário

5	<b>Apresentação</b>
6	<b>Um pouco da história do café</b>
7	<b>Cenário mundial do café</b>
8	<b>O mercado atual para o produtor brasileiro</b>
10	<b>Consumo de café no Brasil</b>
12	<b>Principais municípios produtores do Brasil</b>
13	<b>Produção e consumo de café no Nordeste</b>
14	<b>Café pernambucano: perfil da produção e do consumo</b>
16	<b>Municípios produtores do Estado de Pernambuco</b>
18	<b>Café especial: novos caminhos para a cafeicultura pernambucana</b>
19	<b>Conhecendo o mercado para cafés especiais na Região Metropolitana do Recife</b>
20	<b>Diagnóstico de mercado</b>
21	<b>Marcas comercializadas</b>
24	<b>Certificações do café</b>
26	<b>Aquisição do café especial nos estabelecimentos pesquisados</b>
30	<b>Perspectivas</b>

## Apresentação

Com o propósito de abordar o setor da cafeicultura, este boletim traz um retrato baseado em dados de produção e consumo que revelam um pouco da atividade tanto no contexto mundial e nacional, quanto no que se refere à realidade do segmento em Pernambuco.

Toda a cadeia é analisada desde o campo até o cliente final, com um detalhamento nos números por regiões e Estados. O perfil socioeconômico dos consumidores também é demonstrado.

No caso de Pernambuco, os dados ganham um contorno diferenciado através de um levantamento que inclui a perspectiva de mercado para os chamados cafés especiais, que aos poucos são inseridos nos cardápios da Região Metropolitana do Recife.

Aos interessados, uma grande oportunidade de conhecer um pouco mais o setor que origina a segunda bebida mais consumida no Brasil, atrás apenas da água.



## Um pouco da história do café

O cafeeiro há muito tempo faz parte da vegetação natural da África, com alguns pesquisadores apontando este continente inclusive como origem da planta. Porém, credita-se aos árabes do Yêmen a propagação da cultura do café para o restante do mundo. Registros atestam o cultivo neste país no ano de 575 d.C., com o consumo do fruto em seu estado natural, ou seja, dispensando-se torrefação. Somente na Pérsia, no século XVI, conheceu-se o processo de torra para o consumo, procedimento adotado até os dias atuais.

A chegada do café ao Brasil se deu em 1727. Vindo da Guiana Francesa, adequou-se prontamente ao clima e rapidamente ganhou importância na economia nacional. As espécies arábica e robusta se firmaram até hoje, sendo a primeira mais propícia para regiões elevadas e, a segunda, para regiões no nível do mar.

Atualmente esses são os principais tipos comercializados nos mercados do Brasil e do mundo, com destaque para a produção brasileira das duas espécies. Além disso, o país apresenta-se como grande consumidor mundial.

## Cenário mundial do café

A produção mundial do ano (safra 2010/2011) chegou a aproximadamente 133,3 milhões de sacas, representando um crescimento de 8,2% em relação ao ano anterior. Estes dados são da Organização Internacional do Café (OIC), que estima uma produção inicial de 130 milhões de sacas para a próxima safra.

O Brasil é o maior produtor do mundo, segundo os últimos levantamentos da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com mais de dois milhões de toneladas em 2009. No ranking dos cinco maiores produtores aparecem também Vietnã, Colômbia, Indonésia e Etiópia, como podemos observar na Tabela 1.

Tabela 1 – Maiores produtores de café do mundo (2009)

Posição	País	Produção (t)
1º	Brasil	2.440.056 <sup>1</sup>
2º	Vietnã	1.176.000
3º	Colômbia	887.661
4º	Indonésia	700.000 <sup>2</sup>
5º	Etiópia	260.239

Fonte: Fastat/ FAO – Elaborado por Sebrae/PE, 2011.

<sup>1</sup> IBGE, 2009

<sup>2</sup> Dado estimado

Sobre as exportações, de acordo com a OIC (2011), o volume mundial em maio chegou a 9,2 milhões de sacas. O acumulado dos primeiros oito meses da safra 2010/2011 é de 71,9 milhões, superior em 16,8% se comparado à safra 2009/2010.

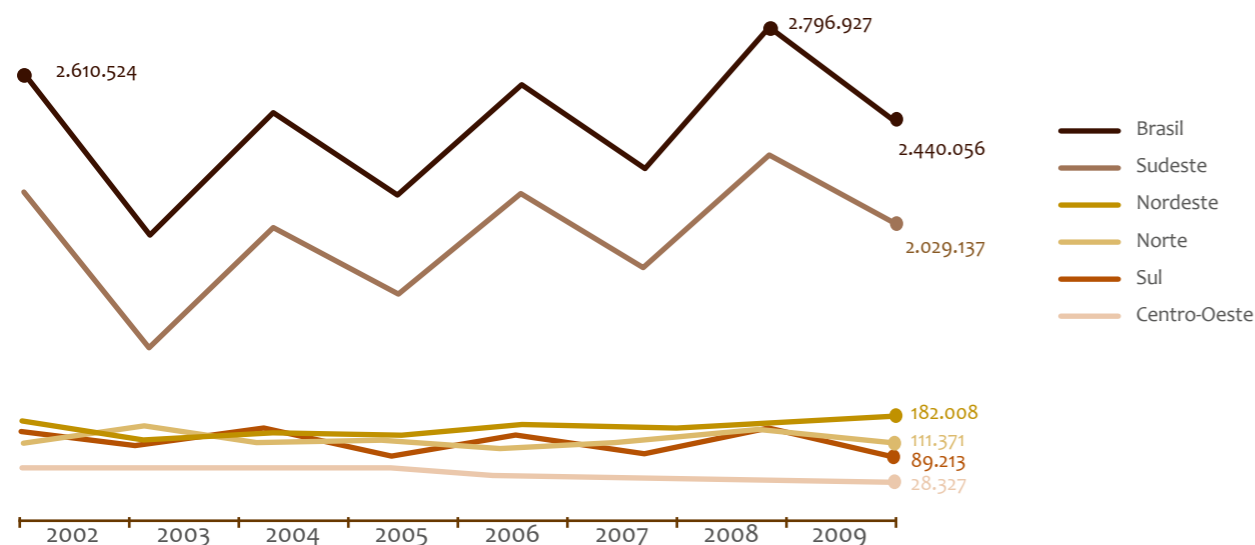
O consumo também vem crescendo na média mundial. A OIC revelou que, em 2010, houve um aumento de 2,1% em relação ao registrado em 2009, que já se mostrava superior cerca de 1%, quando comparado a 2007. Os maiores consumidores de café são Estados Unidos, Brasil e Japão.



## O mercado atual para o produtor brasileiro

O Brasil produziu 2.440.056 toneladas de café, em 2009, segundo o IBGE, sendo 83% deste volume da Região Sudeste. A tendência da atividade no país é de crescimento, respeitando-se a “bienalidade” da cultura, ou seja, a oscilação natural dos patamares de produção de um ano para outro. Como podemos ver no Gráfico 1, se compararmos os anos 2002 e 2008, ambos de alta produção, percebemos uma evolução de 7%.

Gráfico 1 – Evolução da produção de café no Brasil de 2002 a 2009 (kg)



Fonte: IBGE, 2009 – Elaborado por França e Souza, 2011.

A Região Nordeste apresenta um leve crescimento, enquanto o Norte e o Centro-Oeste mantêm os níveis de produção. A Região Sul é a única que apresenta redução no volume produzido.

No mapeamento por Estados (Tabela 2), Minas Gerais, Espírito Santo e São Paulo são os três maiores produtores de café do país, sendo o Estado mineiro responsável por 49% do total nacional.

Tabela 2 – Ranking dos Estados produtores de café no Brasil (2009)

Posição	Estado	Produção (t)
1°	Minas Gerais	1.195.488
2°	Espírito Santo	619.655
3°	São Paulo	198.101
4°	Bahia	176.851
5°	Rondônia	92.019
6°	Paraná	89.213
7°	Goiás	18.802
8°	Rio de Janeiro	15.893
9°	Pará	12.731
10°	Mato Grosso	7.653
11°	Amazonas	5.721
12°	Ceará	3.289
13°	Pernambuco	1.865
14°	Mato Grosso do Sul	991
15°	Acre	900
16°	Distrito Federal	881
17°	Alagoas	3

Fonte: IBGE, 2009 – Elaborado por Sebrae/PE, 2011.

Dados da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) apontam um crescimento de 22% na safra 2010, em relação a 2009. O volume alcançado girou em torno de 48,1 milhões de sacas, com uma produtividade de 20 sacas/hectare. Para a Conab, estes números positivos refletem principalmente as condições climáticas favoráveis ao café e à “bienalidade”.



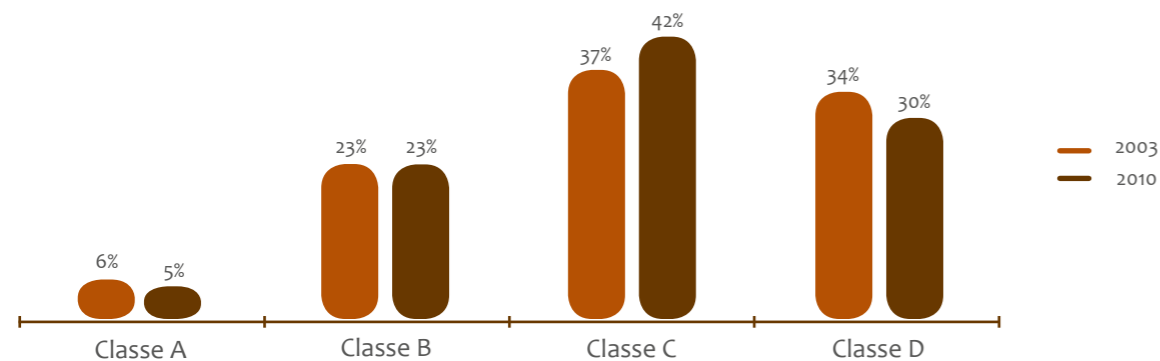
## Consumo de café no Brasil

Em 2010, foi registrado um acréscimo de 4,03% no consumo, em relação a 2009, representando 740 mil sacas a mais. Ainda tendo 2010 como referência, o consumo *per capita* anual apresentou um aumento de 3,5%, se comparado ao volume registrado no ano anterior, chegando a 4,81kg de café torrado para cada brasileiro.

Tomar café faz cada vez mais parte da cultura brasileira, que no seu cotidiano incorporou o hábito de consumir o produto. Só para se ter um ideia, o café é a segunda bebida mais pedida pelo brasileiro, perdendo apenas para a água.

Esse aumento na demanda, acompanhando tendência de vários setores alimentícios, pode ter relação com a boa situação no mercado interno, fruto de uma população com maior poder aquisitivo. Em 2010, a Classe C foi responsável por 42% do consumo total de café no Brasil, havendo um crescimento no período de 2003 a 2010. As classes A e D tiveram uma pequena queda e a Classe B manteve o índice de 2003 (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Perfil dos consumidores brasileiros de café

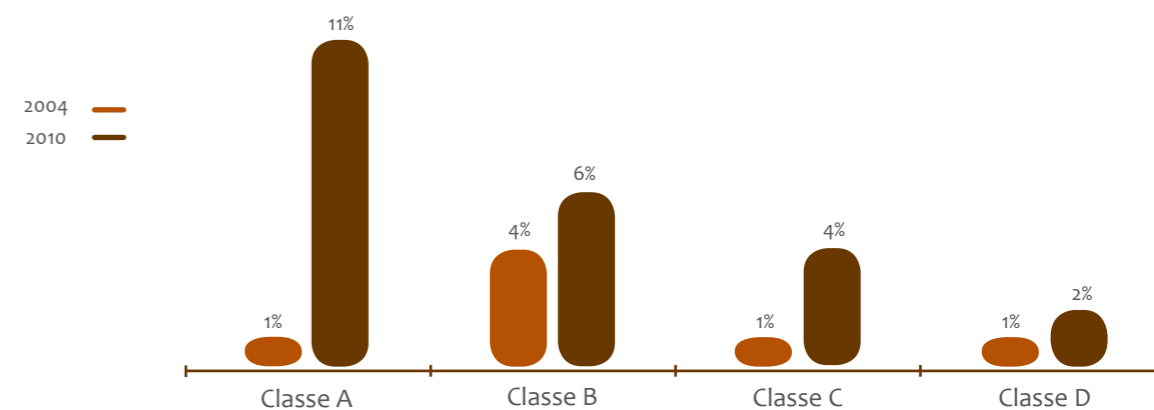


Fonte: Abic, 2010 – Elaborado por Sebrae/PE, 2011.

Além de comprar mais café, parte dos consumidores já demonstra interesse em um produto mais qualificado. Segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), tomando como referência o ano 2008, houve um aumento no

índice da população que está disposta a pagar mais por um café de qualidade superior, sendo este um ponto decisivo na opção de compra. O Gráfico 3 ajuda a comprovar tal afirmação, uma vez que mostra uma considerável evolução no consumo de cafés especiais, principalmente da Classe A.

Gráfico 3 – Evolução do consumo de cafés especiais por classe econômica



Fonte: ABIC, 2010 – Elaborado por Sebrae/PE, 2011.



## Principais municípios produtores do Brasil

O levantamento da produção nos municípios (IBGE, 2009) segue a lógica do ranking estadual. A predominância é absoluta do Espírito Santo e de Minas Gerais. Dezoito, dos 20 grandes produtores, pertencem a estes dois Estados. A hegemonia só não é absoluta devido à força produtiva dos municípios baianos Barra do Choça e Prado, que marcam presença entre os maiores, conforme a Tabela 3.

Tabela 3 – Ranking dos municípios com maior produção de café no Brasil (2009)

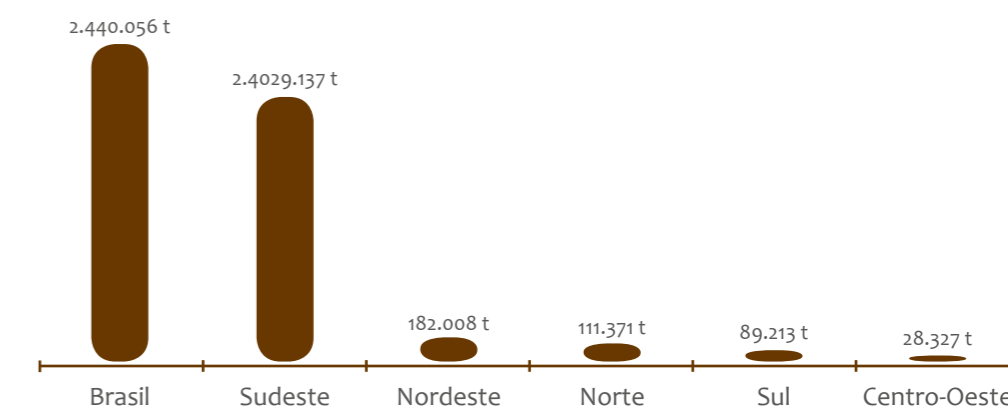
Classificação	Município	Produção (t)
1º	Vila Valério (ES)	38.520
2º	Jaguaré (ES)	34.205
3º	Patrocínio (MG)	31.428
4º	Três Pontas (MG)	30.360
5º	Sooretama (ES)	26.351
6º	Monte Carmelo (MG)	24.660
7º	Rio Bananal (ES)	24.356
8º	Nova Venécia (ES)	23.990
9º	Pinheiros (ES)	23.940
10º	Barra do Choça (BA)	20.976
11º	Nepomuceno (MG)	20.400
12º	Manhuaçu (MG)	20.235
13º	Itaguaçu (ES)	20.228
14º	São Mateus (ES)	19.704
15º	Campos Gerais (MG)	18.444
16º	Linhares (ES)	18.260
17º	Brejetuba (ES)	18.240
18º	Rio Paranaíba (MG)	17.976
19º	Araguari (MG)	17.160
20º	Prado (BA)	16.800

Fonte: IBGE, 2009 – Elaborado por Sebrae/PE, 2011.

## Produção e consumo de café no Nordeste

O Nordeste é a segunda região em volume produzido no país. Os números, porém, são bem abaixo do Sudeste, detentor de 83% do total nacional, como podemos ver no Gráfico 4. A produção nordestina vem quase que totalmente da Bahia, com 97% do total. Ceará, Pernambuco e Alagoas respondem pelo restante (3%).

Gráfico 4 – Produção de café no Nordeste (2009)



Fonte: IBGE, 2009 – Elaborado por Sebrae/PE, 2011.

Dos nove estados que compõem a Região Nordeste, apenas Bahia, Pernambuco, Ceará e Alagoas apresentam volumes registrados pelo IBGE.



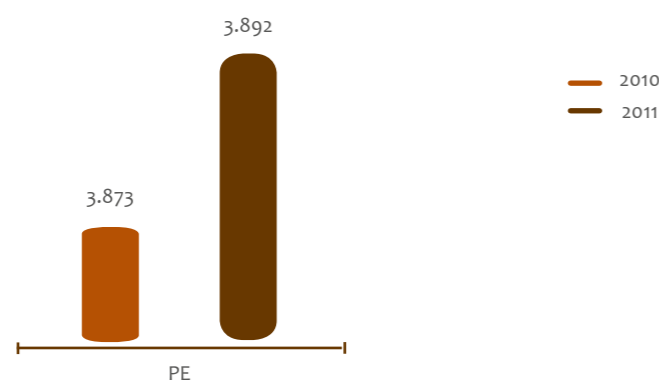


## Café pernambucano: perfil da produção e do consumo

Alguns relatos apontam a tradição do cultivo do café em Pernambuco desde o século XVIII. Na região do Agreste, mais precisamente no município de Garanhuns, o café teria sido introduzido no ano de 1977, ainda no Brasil-Império. Outro registro, presente no livro americano “All about coffee”, escrito em 1935 por William H. Ukers, falava sobre a exportação do produto através dos portos brasileiros, sendo incluídos nessa lista embarques a partir do Recife. Este mesmo trabalho descreve o café pernambucano como o quinto melhor do Brasil na época, atrás de São Paulo, com produção em Santos; Minas; Paraná e Bahia.

A cultura do café permanece até os dias atuais, porém com impacto decrescente na economia local. Uma análise mais detalhada indica uma queda da atividade no Estado, apesar do aumento da área plantada, havendo em alguns municípios abandono da atividade. Segundo o IBGE, em junho de 2010, eram 3.873 hectares destinados à plantação de café, com previsão de 3.892 para 2011.

Gráfico 5 – Área plantada de café em Pernambuco em hectares (junho/2010 e junho/2011)



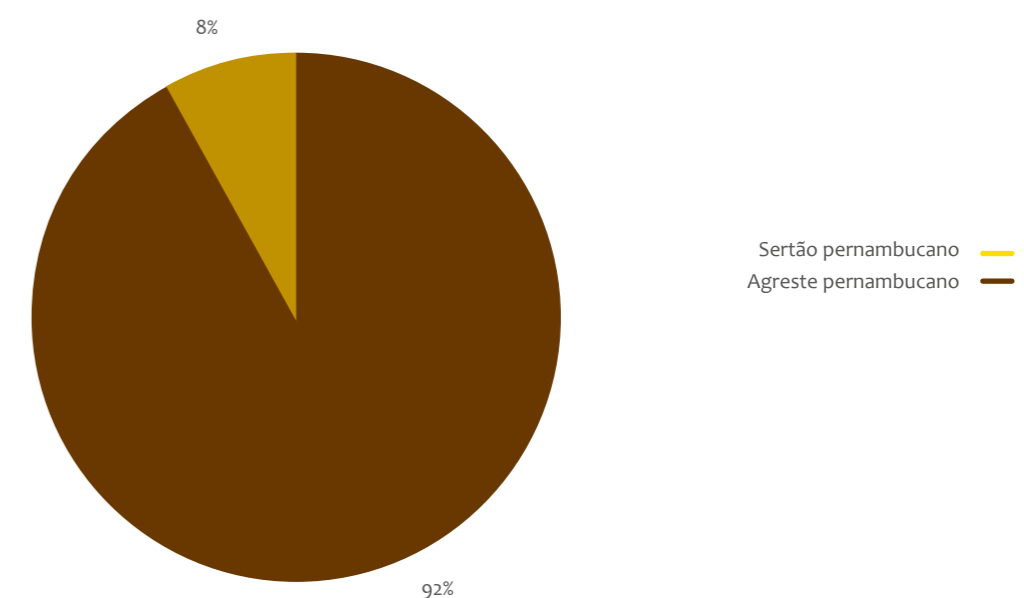
Fonte: IBGE – PPM, 2009 - Elaborado por Sebrae/PE, 2011.

A reduzida área significa diretamente baixa capacidade de produção. Calcula-se que o volume produzido pelo Estado pernambucano atende a apenas 10% do próprio consumo. Segundo o IBGE, em 2009 o Estado alcançou cerca de 1.865 toneladas de café em grãos, ou 1% do produzido pelo Nordeste.

A cafeicultura em Pernambuco concentra-se nos municípios do Agreste, devido às características climáticas e de altitude, principalmente considerando que a espécie predominante é a arábica.

Essa mesorregião é responsável por 92% do total estadual, como pode se observar no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Produção de café por mesorregião



Fonte: IBGE – PPM, 2009. Elaborado por Sebrae/PE, 2011.



## Municípios produtores do Estado de Pernambuco

Com mais de 1/3 do café produzido no Estado, Taquaritinga do Norte aparece na liderança do ranking de municípios produtores. Garanhuns e Brejão ocupam a segunda e terceira posições, respectivamente, com volumes parecidos. Mesmo com a supremacia das cidades do Agreste, há registros, segundo o IBGE (2009), de produção em Triunfo, Exu, Santa Cruz da Baixa Verde e Moreilândia, localizadas no Sertão. O levantamento mais detalhado pode ser visto na Tabela 4.

Tabela 4 – Ranking dos municípios com maior produção de café em Pernambuco (2009)

Classificação	Município	Produção (t)
1º	Taquaritinga do Norte	630
2º	Garanhuns	300
3º	Brejão	290
4º	Paranatama	150
5º	Saloá	125
6º	Triunfo	90
7º	Vertentes	56
8º	Bom Conselho	50
9º	Terezinha	50
10º	Exu	45
11º	São João	25
12º	Correntes	10
13º	Gravatá	8
14º	Bezerros	6

Classificação	Município	Produção (t)
15º	Brejo da Madre de Deus	6
16º	Canhotinho	5
17º	Santa Cruz da Baixa Verde	5
18º	Bonito	4
19º	Angelim	3
20º	Panelas	3
21º	Caetés	2
22º	Moreilândia	2

Fonte: IBGE, 2009 – Elaborado por Sebrae/PE, 2011.



## Café especial: novos caminhos para a cafeicultura pernambucana

Os cafés especiais são feitos de grãos de qualidade superior, que possuem alta pureza e uniformidade, e seguem um processo rigoroso de colheita, onde são selecionados apenas os grãos maduros, descartando os pretos ou verdes.

Quanto à bebida, os cafés especiais possuem características específicas como doçura, aroma e suavidade, que estão agradando e ganhando força no mercado brasileiro como um todo.

Pernambuco acompanha essa tendência, que é alavancada tanto pelo aumento do poder aquisitivo da população, quanto pelos níveis de exigência dos consumidores de café, que demandam, cada vez mais, um produto diferenciado.

O custo mais elevado na produção reflete um preço de venda acima da média, quando comparado com cafés comuns. Esta característica interfere no local para comercialização, atuando também como um selecionador de mercado.

## Conhecendo o mercado para cafés especiais na Região Metropolitana do Recife

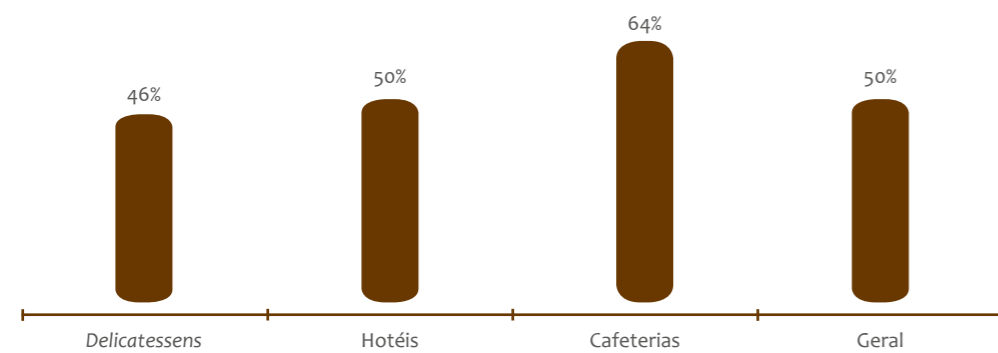
Para conhecer melhor a realidade do segmento de cafés especiais em Pernambuco, o Sebrae elaborou, em março deste ano, um diagnóstico com dados de 43 estabelecimentos, entre *delicatessens*, cafeterias, hotéis de quatro e cinco estrelas, localizados na Região Metropolitana do Recife. Buscou-se, por meio desse levantamento, conhecer melhor os canais de comercialização do produto, bem como o perfil mercadológico do café pernambucano.



## Diagnóstico de mercado

Em relação à venda do café especial, metade das empresas entrevistadas afirmou comercializar o produto. O Gráfico 7 detalha a presença do produto nos estabelecimentos.

Gráfico 7 – Comercialização de cafés especiais

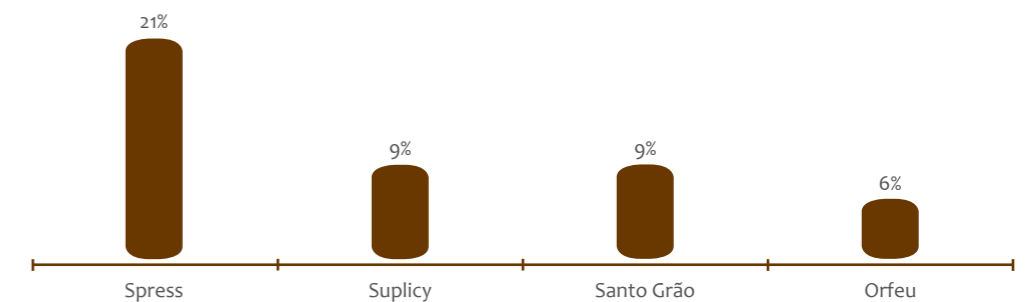


Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

## Marcas comercializadas

As principais marcas identificadas no levantamento foram Spress, encontrado em 21% das empresas, com destaque para o segmento hoteleiro (40% de presença neste segmento); Suplicy e Santo Grão, ambos encontrados em 9% das cafeterias e *delicatessens*; e Orfeu, encontrado em 6% dos estabelecimentos (apenas cafeterias).

Gráfico 10 – Marcas mais comercializadas



Fonte: pesquisa direta (Freire Consultoria e Pesquisa), 2011.

Além das marcas já abordadas, outras 16 foram citadas na pesquisa como fornecedoras (Tabela 5).

Tabela 5 – Marcas mais comercializadas

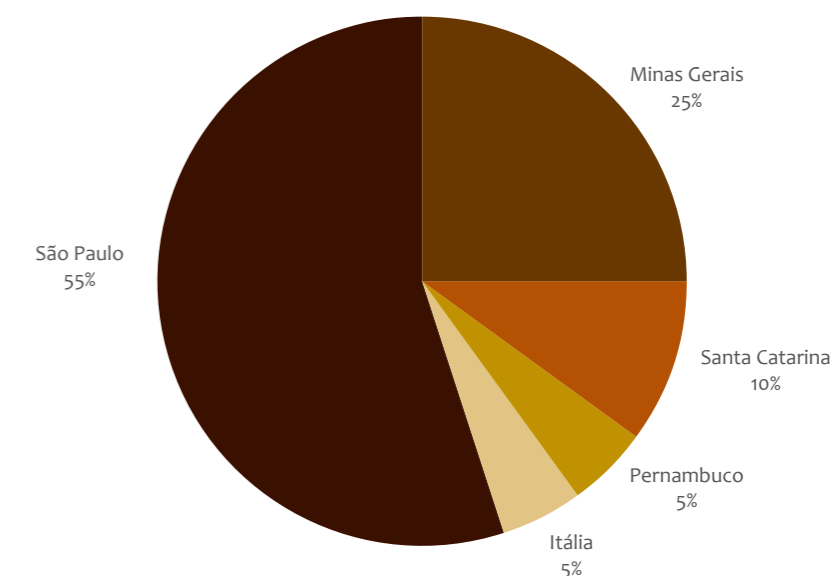
Marca	Total	Tipos de comércio		
		<i>Delicatessens</i>	Cafeterias	Hotéis
SPRESS CAFÉ (MG)	%	21%	14%	40%
	Nº	7	3	2
SUPLICY (SP)	%	9%	9%	–
	Nº	3	2	–
SANTO GRÃO (SP)	%	9%	5%	–
	Nº	3	1	–

Marca		Total	Tipos de comércio		
			Delicatessens	Cafeterias	Hotéis
ORFEU (MG)	%	6%	--	9%	--
	Nº	2	--	2	--
PESSEGUIERO (SP)	%	6%	--	9%	--
	Nº	2	--	2	--
SANTA LÚCIA (MG)	%	6%	13%	5%	--
	Nº	2	1	1	--
YAGUARA (PE)	%	6%	13%	5%	--
	Nº	2	1	1	--
CAFEEIRA (SC)	%	6%	--	5%	20%
	Nº	2	--	1	1
DRICAFÉ (SC)	%	6%	--	5%	20%
	Nº	2	--	1	1
LAVAZZA (ITÁLIA)	%	6%	--	5%	20%
	Nº	2	--	1	1
ALTA MOGIANA BRASIL (SP)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--
CAFÉ DO CENTRO (SP)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--
ÓPERA (MG)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--
SANTA MÔNICA (SP)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--
BRAVO CAFÉ (SP)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--
LA PASTINA (SP)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--
NATIVE PRODUTOS DA NATUREZA (SP)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--
TOLEDO (SP)	%	3%	13%	--	--
	Nº	1	1	--	--
MAESTRO (MG)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--
JAZZ (SP)	%	3%	--	5%	--
	Nº	1	--	1	--

Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

De acordo com a Tabela 5, a maior parte das marcas comercializadas vem da Região Sudeste, com destaque para os Estados de São Paulo e Minas Gerais (55% e 25%, respectivamente, de representação). Santa Catarina é a sede de duas empresas citadas, enquanto uma é de Pernambuco, a Yaguara, de Taquaritinga do Norte. Cabe aqui o registro da marca italiana Lavazza, comercializada em dois estabelecimentos pesquisados. O Gráfico 11 sintetiza a origem dos fornecedores.

Gráfico 11 – Origem do café especial comercializado na Região Metropolitana



Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.



## Certificações do café

Levantamentos apontam o Brasil como a maior fonte mundial de cafés sustentáveis certificados, ou seja, produzidos de acordo com procedimentos e padrões ambientais e/ou sociais estabelecidos pelas organizações certificadoras. Calcula-se que, em 2010, cerca de 3 milhões de sacas tenham sido produzidas com essa característica. Segundo estimativas, aproximadamente 100 mil hectares no país estão comprometidos com pelo menos um dos seguintes programas de certificação: Utz Certified, Rainforest Alliance, Fair Trade e Café Orgânico.

Apesar de diferenciadas em alguns aspectos, as certificações buscam e promovem práticas sustentáveis de produção no campo e proteção ao meio ambiente, além de condições dignas de trabalho em conformidade com as leis trabalhistas e ambientais vigentes no Brasil.

A grande quantidade de produtores de café certificado no Brasil indica a força dessa tendência que, crescendo a cada ano, ajuda a colocar o país na liderança da cafeicultura sustentável mundial, com benefícios para todos os envolvidos na atividade.

Sete programas de certificação destacam-se hoje no país:

- Utz Certified - habilita cafeicultores e marcas, no sentido de mostrarem o seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. O Brasil é hoje a maior fonte de cafés certificados - aproximadamente dois milhões de sacas de café do país levam este selo;
- Rainforest Alliance - integra produção agrícola com preservação da biodiversidade e desenvolvimento humano. O Brasil está entre os países produtores de café onde esta certificação mais cresce;
- Fair Trade - garante uma comercialização justa para produtores organizados em cooperativas. Esta certificação tem avançado rapidamente no Brasil e é cada vez mais adotada por pequenos produtores de café;
- 4C - união de produtores, comércio, indústria e sociedade civil para alcançar maior sustentabilidade na cadeia produtiva mundial do café. O Brasil é um dos líderes em volume na produção destes cafés certificados;

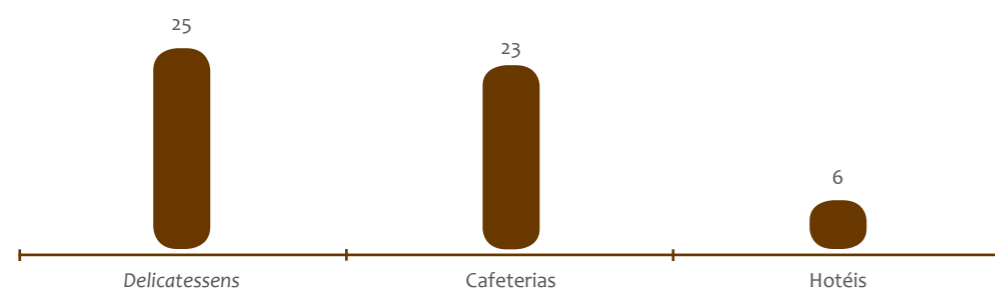
- Cafés Sustentáveis do Brasil - programa brasileiro singular no mundo, criado pela Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), que verifica se os requisitos de sustentabilidade estão sendo cumpridos desde a origem dos grãos nas fazendas, até o final do processo industrial;
- BSCA - selo da Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) que atesta a qualidade (quanto a tipo, cor, aspecto, peneira e torra) superior dos cafés especiais produzidos em fazendas certificadas no Brasil. O foco principal é a promoção do produto nos mercados internacionais;
- Café Orgânico - produz em harmonia com a natureza, de modo que favorece a biodiversidade e melhora a atividade biológica do solo.



## Aquisição do café especial nos estabelecimentos pesquisados

Os estabelecimentos que comercializam café especial consomem juntos, em média, 630kg por mês. As cafeterias são as que mais compram (cerca de 401kg), seguidas das *delicatessens* (143kg) e dos hotéis (86kg). O volume médio por tipo de estabelecimento é detalhado no Gráfico 12.

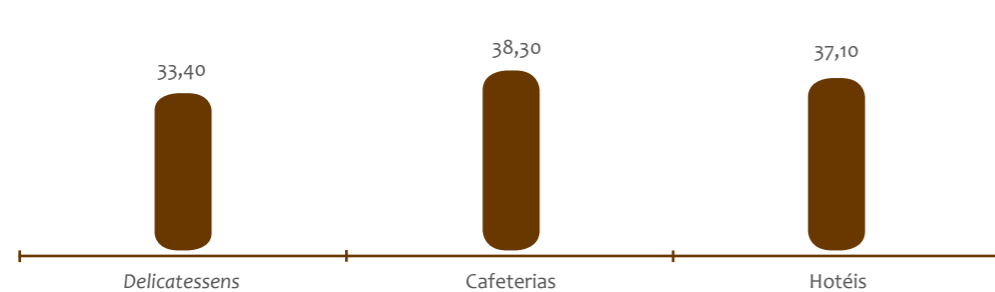
Gráfico 12 – Volume médio do café especial consumido por mês (kg)



Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

Em relação ao preço pago pelo produto junto ao fornecedor, a média varia entre R\$ 33,40 nas *delicatessens*, R\$ 37,10 nos hotéis e R\$ 38,30 nas cafeterias, sendo encontrado produto de até R\$ 62,00/kg.

Gráfico 13 – Preço médio do quilo do café especial para compra (R\$)

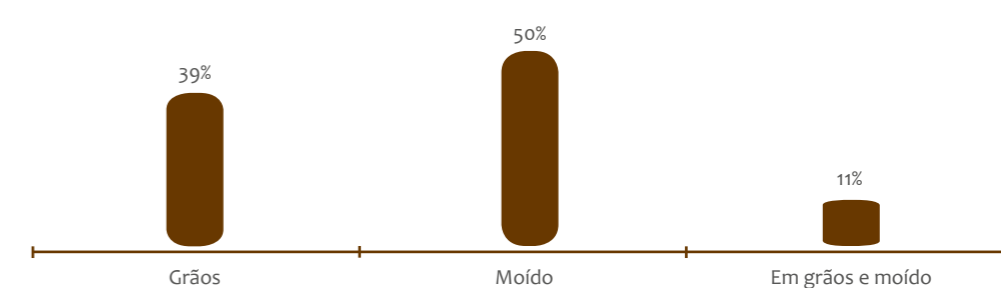


Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

A forma de pagamento mais usual é o boleto bancário, em 93% dos casos, com o restante sendo negociado em dinheiro. O prazo varia de um a 21 dias.

Quanto à forma, o produto é comprado moído em 50% dos estabelecimentos. A opção de compra apenas em grãos, para moer na hora do consumo, é feita por 39% das empresas. Destas, metade é cafeteria. Demais citações recaem nas duas opções (grãos e moído), como se observa no Gráfico 14.

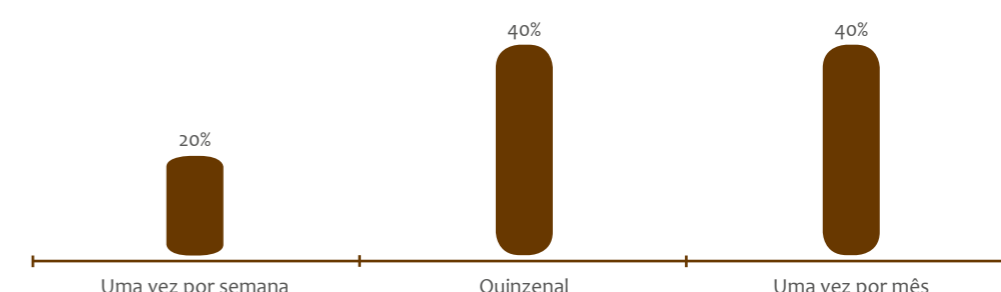
Gráfico 14 – Opção de compra do café especial quanto à forma



Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

A frequência do pedido junto aos fornecedores é, em grande parte, mensal (40%) ou quinzenal (40%), havendo ainda estabelecimentos que realizam o pedido do produto toda semana (20%), predominando as cafeterias, por valorizarem o café mais novo e “fresquinho”.

Gráfico 15 – Regularidade da compra do café especial



Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

Não existe sazonalidade na hora da compra, apesar de existir na plantação. Os estoques dos produtores devem ser suficientes para que o mercado não fique sem produto. No levantamento, o prazo médio de entrega do produto, após o pedido ser feito, foi de seis dias, sendo normalmente utilizado o Sedex para isso.

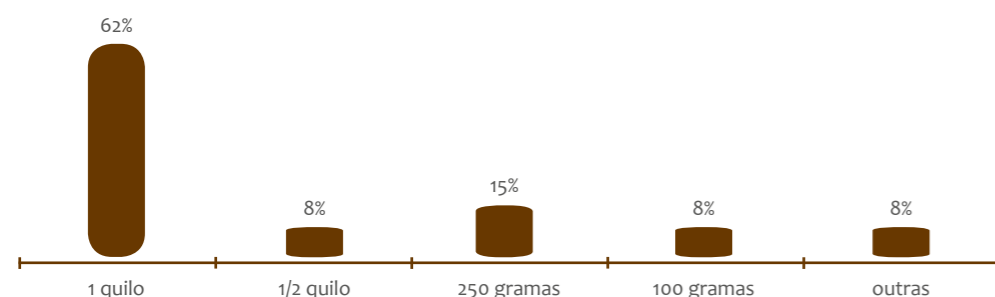
Gráfico 16 – Prazo médio de entrega por tipo de estabelecimento



Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

A embalagem do café especial comercializado em grãos é predominantemente de 1kg. Na venda direta ao consumidor final, embalagens menores - com 250 gramas - são as preferidas, pela melhor adequação do consumo ao prazo de validade.

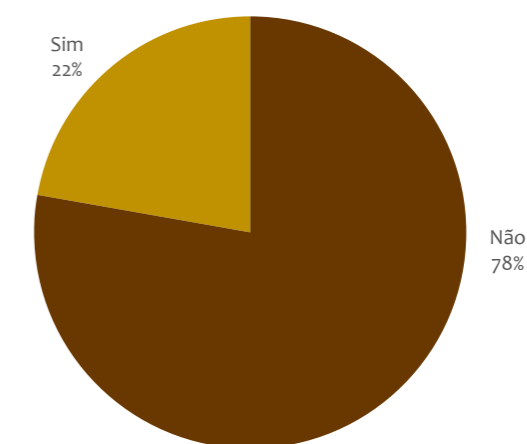
Gráfico 17 – Tipos de embalagem do café especial comercializado em grãos



Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

O conhecimento sobre a plantação de café no Estado de Pernambuco ainda é pequeno, já que apenas 22% dos consumidores afirmaram saber da sua existência. Analisando especificamente as cafeterias, este percentual sobe para 40%.

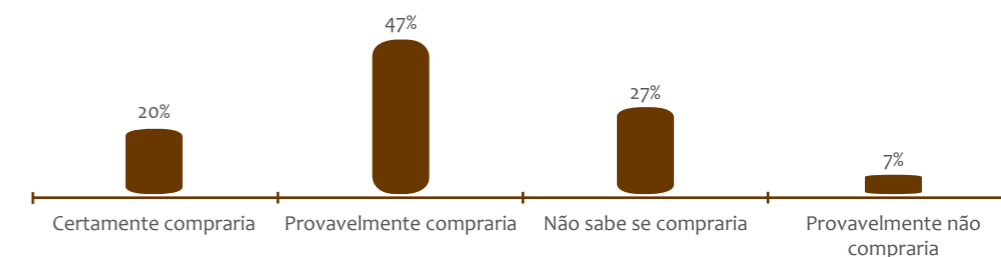
Gráfico 18 – Conhecimento sobre a produção do café especial em Pernambuco



Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.

Sobre a intenção de compra, praticamente 70% dos entrevistados estão propensos a comprar café especial produzido em Pernambuco.

Gráfico 19 – Compraria café especial de Pernambuco



Fonte: pesquisa direta (Sebrae/PE), 2011.





## Perspectivas

O mercado para o café, como um todo, deve permanecer em crescimento. Os últimos levantamentos do IBGE, já mencionados neste boletim, apontaram um aumento do consumo nos últimos anos, tendência que não deve ser invertida. Só para se ter uma ideia, segundo levantamento realizado pela Abic (2009), em Pernambuco existem oito empresas de torrefação de café que ajudam a dar dinamicidade nessa cadeia produtiva.

Paralelamente ao bom cenário consumista interno, as oscilações econômicas no mundo podem gerar incertezas no preço das principais *commodities*, incluindo o café. Isso exige, dos envolvidos na atividade, um planejamento que considere o aumento da demanda, que também avalie a possibilidade de queda futura no preço.

Falando em aumento do consumo, uma melhor estruturação do setor se faz necessária. Esse avanço deve começar no campo, onde a preferência pela qualidade pode nortear a produção, da plantação à colheita. O interesse de parte do mercado por um grão de maior qualidade exige que a planta e seus frutos sejam saudáveis e produtivos, sendo preciso maior esforço dos produtores neste sentido. Haverá necessidade de melhoria tecnológica, principalmente em relação ao processo de irrigação, a qual minimizaria a queda da produção em anos com clima desfavorável, além de elevar naturalmente os volumes alcançados.

Como qualquer produto, é preciso estar pronto para atender às exigências dos clientes dispostos a pagar um preço maior, exigindo por isto mais valor agregado da embalagem ao sabor.

Em relação ao outro lado da cadeia, que leva o café até os consumidores finais, a perspectiva de aumento de renda da população deve ser levada em conta na definição dos produtos comercializados. Diversos estabelecimentos - *delicatessens*, cafeterias, padarias, hotéis etc - podem (e devem) oferecer, em seu *mix*, produtos com maior valor agregado. As cafeterias já satisfazem clientes com perfil de exigência mais rigoroso.

Observando especificamente a qualidade, o segmento de cafés especiais apresenta-se em franca expansão em todo o mundo. Por exigir um cuidado redobrado em todas

as suas etapas produtivas, o custo é maior e tem reflexo direto no preço de venda, bem acima do café comum.

O mercado para os diversos tipos de café mostra-se interessante, mas também exigente. A competitividade existe no Brasil e em outros países, apesar do mercado externo ainda ser pouco explorado pelas pequenas empresas. Algumas alternativas para se diferenciar no mercado incluem as certificações já existentes, onde são exploradas características da produção e suas relações com princípios de qualidade, tradição, sustentabilidade e comércio justo, entre outros.

Após esses levantamentos, é possível concluir que o mercado deve continuar aquecido, podendo ser ainda mais consolidado com o direcionamento de esforços voltados para a manutenção da força mercadológica do produto, alinhando a isto o foco na qualidade como diferencial.





0800 570 0800  
[www.pe.sebrae.com.br](http://www.pe.sebrae.com.br)