

(X) Graduação () Pós-Graduação

ESTUDO DE MERCADO PARA ABERTURA DE UMA AGROINDÚSTRIA DE CAFÉ NA REGIÃO DO ALTO PARANAÍBA, MINAS GERAIS, BRASIL

Fabrcia Silva Lima
Universidade Federal de Viçosa - UFV
fabrcia.lima@ufv.br

Felipe Castro Oliveira
Universidade Federal de Viçosa - UFV
felipe.c.oliveira@ufv.br

Geovanna Moreira Lício
Universidade Federal de Viçosa - UFV
geovanna.licio@ufv.br

Lucas Eustáquio Rodrigues Queiroz
Universidade Federal de Viçosa - UFV
lucas.eustaquio@ufv.br

Gustavo Alves de Melo
Universidade Federal de Lavras - UFLA
gustavo.melo3@estudante.ufla.br

Maria Cristina Angélico Mendonça
Universidade Federal de Lavras – UFLA
mariacam@ufla.br

Maria Gabriela Mendonça Peixoto
Universidade Federal de Viçosa - UFV
mgabriela@ufv.br

Samuel Borges Barbosa
Universidade Federal de Viçosa - UFV
samuel.b.barbosa@ufv.br

RESUMO

Um das definições do termo agroindústria encontradas na bibliografia é o segmento que adiciona valor ao permutar as matérias primas agropecuárias em produtos. Neste ramo, o café especial atinge grandes avanços na demanda tanto no mercado nacional, quanto internacional. Assim, para as empresas conseguirem se destacar e conseguirem vantagens competitivas em relação aos seus competidores é importante atender requisitos para o crescimento do negócio. Com isso, é importante para as organizações a realização de um estudo agroindustrial, com conceitos fundamentais desde a estimativa da fatia pretendida de mercado até a análise de localização da empresa. Este artigo busca definir elementos essenciais em um projeto agroindustrial, como a definição da fatia de mercado, demanda, maquinários utilizados, balanço de energia e de massa, localização e layout. Foram realizadas pesquisas de mercado, além de aplicações de métodos de centro de gravidade, fluxo de caixa e VPL. Ademais, o estudo se baseou em variáveis tanto quantitativas quanto qualitativas para definir o melhor cenário, além de definir se o empreendimento, nessas condições, são viáveis ou não.

Palavras-chave: Agroindústria; Setor cafeeiro; Café especial; Mercado.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Possuindo uma dinâmica de exploração de produtos primários primordiais para o país durante quase toda a história, até o século 20 a economia brasileira era ditada basicamente por este segmento, sendo hoje um dos setores pilares mais importantes para o país (FAVERET,2002). Sendo uma das veias do agronegócio, o termo agroindústria é definido por Parre (2002) como um segmento que adiciona valor ao permutar as matérias primas agropecuárias em produtos, podendo ser subdividido em três segmentos, como: rural, industrial e distribuição. Por fim, o autor ressalta que este termo tem sofrido diversas definições e tendo diversos graus de abrangência ao longo dos anos.

O café é uma cultura cultivada em países que estão na zona de desenvolvimento em países da África, Ásia e América Latina, devido aos climas tropicais e subtropicais que favorecem o plantio (NISHIJIMA, POSTALI; 2012). Além disso, o mesmo autor afirma que o consumo do café mundial é caracterizado, com exceção do Brasil, em países desenvolvidos e com um nível de renda per capita elevada. Segundo a Organização Internacional do Café - OIC (USDA, 2004) este mercado no ano de 2004 e 2005 alcançou uma produção de 112 milhões de sacas, tendo como o Brasil o fornecedor de aproximadamente 26% das exportações.

O mercado de café especial possui 15% de participação das exportações do café brasileiro, estimado em 29% da exportação mundial, sendo que dessa demanda composta por grande parte por café commodity (BOAVENTURA; 2018). Seguindo com o autor, em sua pesquisa ele relata que este quadro tem alterado com a mudança de uma demanda mais artesanal, além das inserções no mercado de cápsulas para consumo domiciliar e cafeterias especializadas. Dessa forma, o mercado se tornou mais rígido buscando não só apenas a diferenciação dos grãos e processos do café, mas também as experiências únicas dos sabores (MIGUEL, 2014).

Este trabalho encontra-se estruturado da seguinte forma: na primeira seção tem-se a introdução onde contextualiza o estudo em questão; na segunda será abordado o referencial teórico que será dividido em três pontos relacionados à agroindústria no setor cafeeiro, o mercado de café e o mercado do café especial. Enquanto a terceira e a quarta seção, apresentará respectivamente, a metodologia utilizada durante o trabalho, seguida dos resultados e discussões obtidos. Já a quarta seção apresentará a conclusão da pesquisa, e por fim, as referências utilizadas para o embasamento de todo o estudo. Por fim, tem-se como

objetivo realizar um estudo de mercado no ramo cafeeiro, para estimar a demanda de uma nova indústria a esse segmento.

2 AGROINDÚSTRIA NO SETOR CAFEEIRO

O Ministério da agricultura, pecuária e abastecimento (MAPA, 2021) define a agroindústria como um ambiente físico onde possa ocorrer o processamento de matérias primas provenientes da agricultura, pecuária, aquicultura ou silvicultura. O Brasil é o maior exportador de carne bovina é o quarto maior produtor de grãos do mundo, o país vem liderando a exportação de soja, o segundo maior exportador de milho e o maior produtor e exportador de café (EMBRAPA, 2021).

Em agosto de 2021 o Brasil teve uma queda de 9% do volume exportado em relação a 2020 no setor do agronegócio, contudo houve um crescimento de 37,2% no faturamento devido a influência da alta dos preços internacionais, como por exemplo, o dólar (BRASIL, 2021). Devido a isso foi possível ver uma queda de 2,03% no Produto Interno Bruto- PIB do agronegócio no último terceiro trimestre de 2021, onde o setor alcançou 27,4% do PIB brasileiro sendo o maior desde 2014 (PIB-AGRO/CEPEA, 2022).

No Brasil ocorre a produção de café em todo o território nacional, entretanto em 2017 Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Bahia, Rondônia e Paraná foram responsáveis por 98% desta safra (FERREIRA; SANTOS, 2017). Dentro de todo o café exportado 90% é realizada com o grão verde, ou seja, in natura, logo os importadores buscam realizar o valor agregado do produto através de processos realizados no mesmo, como a torra e a moagem (URBAN, 2015; SÓRIO, 2015).

Da Conceição, De Ellery Júnior e Da Conceição (2017) cita que por esta razão os complexos agroindustriais do setor cafeeiro frisam a necessidade do café ser exportado com o valor agregado visto que os créditos da qualidade do mesmo ficam no país que realizam a agregação de valor do produto. Os autores ainda enfatizam que devido às barreiras técnicas e as quotas tarifárias a dificuldade das marcas nacionais de comercializarem os seus produtos com os países consumidores é ainda maior. Assim as empresas que agregam valor do café no Brasil têm como principal foco o mercado interno (RIBEIRO, 2005).

Entretanto Saes (1997) cita que em meados da década de 60 a 80 no Brasil houve uma retração do consumo do café devido à exportação do café de alta qualidade restando assim cafés de baixa qualidade, além da adição de milho e cevada na composição do mesmo. Devido o Programa de Autofiscalização promovido pela ABIC este círculo começou a ser

rompido visto que o programa busca a pureza do café através da autofiscalização impostas pelas regras para obter o direito de usar o Selo de Pureza ABIC sendo um dos maiores sucesso no setor de alimentos e bebidas (SAES; SPERS, 2006).

3 O MERCADO DE CAFÉ

Parte do crescimento no consumo do café provém dos benefícios à saúde que a bebida oferece, uma vez que seus elevados ácidos de clorogênicos estimulam o exercício de atividades oxidantes, além de outras características biológicas que trazem melhorias ao organismo humano (LIMA; FARAH, 2013). Assim, torna-se essencial o conhecimento do consumo dessa bebida para os consumidores, de forma a analisar as tendências de mercado, avaliar a ingestão adequada, a fim de proporcionar dados confiáveis (SOUSA, 2014).

Atualmente, os preços pagos ao café brasileiro, assim como a demanda externa de comercialização sofrem influências dos mercados internacionais, como a Bolsa de Valores de Nova Iorque, onde variam conforme a qualidade dos grãos de cafés e a produção de outros países (MERGULHÃO, 2017). De acordo com SILVA (2021), o consumo de café no Brasil cresceu 1,34% em 2020, atingindo 21,2 milhões de sacas de café, onde o país é o segundo maior consumidor do mundo da bebida ficando atrás apenas dos Estados Unidos.

A previsão para 2021, segundo Euromonitor (2017), era que o consumo de grão torrado fosse de 19%, café em pó 80% e cápsula 1,1%, segundo ABIC (2020) o café torrado e moído apresenta maior impacto no faturamento das empresas. Em vista disso, Teixeira, Passos e Mendes (2016) apontam que a qualidade do café moído e torrado está relacionada com a composição físico-química, além do aroma e sabor que a bebida oferece. Em consequência disso, os consumidores estão cada vez mais exigentes desde as características dos grãos, ao grau de torra e de moagem, a embalagem do produto, até o modo de preparo, ocorrendo maior valor agregado ao produto e potencializando o aumento do mercado de café especial (Ferreira, 2019).

A abordagem global do café especial começa desde o plantio e até a bebida na xícara do consumidor, pois o que garante sua especialidade é o cuidado e a atenção durante todas as etapas do processos, definindo assim sua qualidade (AMARAL et al., 2017). Em vista disso, os consumidores tornaram-se mais exigentes quanto ao consumo de cafés e passaram a identificar como um diferencial de qualidade os cafés certificados, composto pelos Selos de Pureza (LEME; MACHADO, 2010). A certificação para as empresas consiste em uma estratégia competitiva na qual promove a preservação ambiental, garante a segurança

alimentar e a pureza do produto (SANTOS et al., 2008).

No Brasil, a ABIC (2020) relata o crescimento das certificações de cafés especiais, aumentando 85% de 2015 a 2020, demonstrando que o mercado brasileiro de consumidores de café está sofisticando o paladar e se preocupando mais com a qualidade do produto consumido. Ainda, um estudo da Rabobank (2020) apresenta que o consumo de cafés especiais no Brasil foi de 1,2 milhões de sacas anuais, podendo chegar a 1,8 milhões em 2023 (Consórcio de Pesquisa Café, 2018).

Segundo dados da Euromonitor Consulting (2018), as respectivas áreas que mais consumiam café especial eram Sudeste (45%), Nordeste (22%), Sul (17%). Sendo que o perfil do consumidor era das classes econômicas B (50%) e C (30%), da faixa etária de 40 anos ou mais (40%), seguido de entre 18 a 30 anos (35%) e com números de 50% para ambos sexos masculino e feminino. Assim, a região Sudeste é a maior consumidora de cafés especiais do Brasil, onde se concentra a maior produção cafeeira (PERFECT DAILY GRIND, 2021).

O café arábica é predominante na região Sudeste, concentrando-se nas lavouras de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo, onde Minas Gerais é responsável por 50% da produção nacional de café, sendo destaque de alta produtividade a região do Cerrado Mineiro, correspondente ao Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e Noroeste (CARDOZO; LAS SCHAAB; PARRÉ, 2019). Isso ocorre em vista das características específicas da região de acordo com suas estações bem definidas, processos por via natural permitindo o amadurecimento adequado, fixação do aroma e sabor do café especial, proporcionando melhor qualidade a bebida (RABELO et al., 2019).

4 METODOLOGIA

O presente artigo buscou definir a demanda prevista para uma indústria que tem como fonte de receita o café especial. Em primeiro lugar, foi preciso entender sobre o setor do café especial através de pesquisas bibliográficas e exploratórias, de forma que foi observado os tipos de cafés, as formas de venda, quais os fornecedores, a localização desses fornecedores e os padrões de consumo do café. A partir dessas informações, foi delimitado o produto final a ser comercializado pela indústria, sendo esse o café especial torrado e moído de embalagem sanfonada de 250g.

Para calcular a demanda prevista do café especial torrado e moído, foi considerado que a indústria teria sua localização na região do alto paranaíba em Minas Gerais, na cidade de Patrocínio. Essa região é uma das maiores produtoras do café arábica que é matéria prima

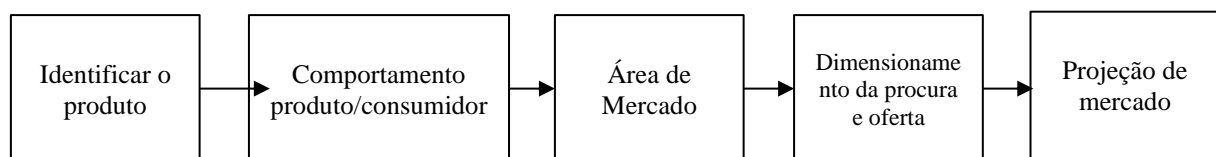
para produção do café especial. Além disso, foram analisados dados secundários obtidos através das pesquisas documentais, estes dados são referentes ao consumo do café especial no Brasil, assim como do perfil do consumidor de café especial. Por fim, foi possível justificar qual seria o mercado de atuação da empresa e estabelecer os drivers para definir a demanda.

Os drives escolhidos para calcular a demanda prevista para a indústria possibilitam encontrar o consumo médio de café do brasileiro, o percentual de consumo equivalente ao café especial e o produto interno bruto (PIB) per capita das cidades pertencentes à região de atuação de mercado da empresa e do Brasil. Com essas informações é possível estabelecer o valor em kg médio de consumo de café especial e através do valor do PIB realizar o ajuste da curva de consumo médio para cada cidade. Além disso, é preciso definir a quantidade de consumidores possíveis através dos drivers do total da população de cada cidade dentro da região de mercado, assim como a quantidade de pessoas das classes sociais A, B e C que representam a maior parte do público-alvo do consumo de café especial.

Dessa forma, com o consumo médio do café definido e o total de pessoas é possível encontrar o valor em kg total da demanda disponível. A partir disso, foi definido um market share inicial para encontrar qual a demanda da empresa, assim como um valor do crescimento do mercado anual e uma meta de market share para que fosse possível fazer a projeção de mercado para cinco anos posteriores.

Logo, este trabalho classifica-se com atribuições quantitativas, baseadas em dados secundários e qualitativas, fundamentadas no estudo do perfil do mercado. Abaixo, a Figura 1 representa de forma resumida os passos seguidos para execução da metodologia.

Figura 1: Etapas da Metodologia



Fonte: Autores (2022)

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 Definição do Produto Final

Segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto Axxus (2021), o café é a bebida mais consumida no Brasil, depois da água. Além disso, é observada a evolução da bebida que deixa de ser algo apenas tangível e adquire aspectos sensitivos e emocionais por parte de seus

consumidores. Esses aspectos também são demonstrados na pesquisa pelos dados motivacionais de consumo de café, onde a maioria dos entrevistados mencionaram: a melhora do humor e disposição; ritual, prazer e bem estar; momento para pausa, reflexão e paz.

Além disso, outros dados que chamam a atenção resultantes do estudo do Instituto Axxus (2021) são: o aumento do consumo do café em casa, fato que pode ser justificado pela pandemia nos últimos anos; aumento do modo de preparo com coadores, tanto os manuais em pano e papel quanto os de cafeteiras elétricas com papel; aumento da preferência dos consumidores por mais marcas, média de uso de 4 marcas, e da sensibilidade preços, promoções e ofertas. Apesar do aumento da sensibilidade dos preços, o consumidor ainda valoriza os selos de qualidade e está disposto a pagar cerca de 6% a mais por um café com certificado, segundo a pesquisa.

De acordo da ABIC (2020), o café torrado e moído representou 81% do faturamento das empresas do mercado de café. Além disso, é evidente o desenvolvimento do mercado mundial do café especial, crescendo 12% ao ano (Consórcio de Pesquisa Café, 2018). Dessa forma, analisando o mercado do consumo de café foi possível determinar o produto final que será comercializado. O produto será o Café Especial Torrado e Moído vendido na embalagem sanfonada de 250g.

A escolha pela embalagem sanfonada está associada ao fato da diferenciação que irá existir nas gôndolas dos mercados para que o produto chame a atenção dos consumidores, além de aumentar a conservação do café, protegendo o produto da ação da luz, umidade e oxigênio e podendo dar uma vida útil de 12 meses. A gramatura escolhida tem relação direta com a visão de valor do produto, já que por ser um produto mais caro, a escolha de 250g dificulta a visualização instantânea sobre preço do quilo do produto, além disso, uma quantidade menor está sujeita a uma utilização mais rápida e menor perda de qualidade.

5.2 Mercado Consumidor

Para definir a área de mercado do produto e a possível demanda foram analisados dados de consumo de café e considerados aspectos demográficos do público-alvo de consumidores. É importante ressaltar que a região sudeste é uma das maiores consumidoras de café especial do Brasil e também fornecedora, como visto no referencial teórico, além disso, as análises mostram que o consumidor de café tem a tendência a valorizar o café da sua região, como o de Aguiar(2000), Gonçalves(2021) e como observado no próprio movimento atual das médias e grandes marcas de café em enfatizar nas embalagens as origens das regiões

de produção do café.

Logo, a área definida para o mercado será a da região do cerrado mineiro, pelos motivadores mencionados anteriormente e pelo fato da indústria estar localizada na cidade de Patrocínio, MG. As principais cidades dessa região foram demonstradas na Tabela 1 e foram selecionadas por conter uma população acima de 5000 habitantes.

Tabela 1: Cidades pertencentes à região de mercado

1	Unai	14	Tiros	27	Lagamar
2	Paracatu	15	Araxá	28	São Gotardo
3	Vazante	16	Canápolis	29	Uberaba
4	Araguari	17	Guarda-Mor	30	Bambuí
5	Patrocínio	18	João Pinheiro	31	Buritis
6	Monte Alegre de Minas	19	Perdizes	32	Ibiá
7	Santa Juliana	20	Nova Ponte	33	Lagoa Formosa
8	Tapira	21	Rio Paranaíba	34	Medeiros
9	Campos Altos	22	São Gonçalo do Abaeté	35	Patos de Minas
10	Coromandel	23	Tupaciguara	36	Sacramento
11	Iraí de Minas	24	Bonfinópolis de Minas	37	Serra do Salitre
12	Monte Carmelo	25	Carmo do Paranaíba	38	Uberlândia
13	Presidente Olegário	26	Guimarânia		

Fonte: Autores (2022)

Para cálculo da demanda foi considerado que cada brasileiro consome por ano 5 quilos de café torrado e moído, que dentre essa quantidade 15% é de café especial (valor encontrado considerando o crescimento de 15% em três anos desde 2019, segundo Sebrae (2019)), ou seja 750 gramas anuais. No entanto, é necessário realizar o ajuste a curva de consumo que foi feito através da comparação do valor do produto interno bruto (PIB) per capita de cada cidade em relação ao PIB do Brasil, uma vez que a média encontrada do consumo do café tem abrangência nacional.

Após ter definido a quantidade de consumo por pessoa é preciso encontrar a quantidade de possíveis consumidores de café para que se tenha a demanda total disponível em kg de café especial. Para isso, de acordo com o recorte do público-alvo em relação aos consumidores de café especial, foi feita a contabilização pelo site do IBGE do censo de 2010 das classes sociais A, B e C de cada cidade da região de mercado, uma vez que são elas que mais consomem o produto (IBGE, 2010). Tendo em vista o total da população de cada cidade, encontra-se o total de pessoas restantes de outras classes sociais e estipula-se que 2% dessa

população pode ser de possíveis consumidores, representando parte superior da classe D.

Assim, foi encontrado o número total de pessoas consumidoras e o total de consumo anual de café especial em kg por pessoa, logo, tem-se a demanda total em kg disponível para o café especial na região. No entanto, existe o fator de concorrência que deve ser considerado através da participação de mercado, ou seja, de um valor de Market share. Dessa forma, não foi possível encontrar dados específicos que demonstrem qual a participação de mercado das empresas do setor na região, porém, um estudo de De Paula Mendes (2020) menciona que uma indústria de pequeno porte de torrefação e moagem produz 8 mil kg de café mensais.

Com essa informação, utiliza-se do pressuposto que o café especial representa os 15% do consumo já mencionado anteriormente, e dos 8 mil kg de café mensais teriam-se 1,2 mil kg de produção. No entanto, como a indústria proposta não estaria ainda consolidada, para produção inicial considera-se a metade desse valor. Logo, tem-se o resultado final de capacidade produtiva de 600 kg mensais. Este valor representa um Market share de 1,97% iniciais para região definida como foco de mercado. Dessa maneira, é possível obter o valor da possível demanda de cada cidade pertencente a região em que a indústria irá atender, representado na Tabela 2.

Tabela 2: Demanda atendida pela indústria proposta

Total de Kg Ano	7200
Total de Kg Mês	600
Total de Embalagens de 250g Mês	2400

Fonte: Autores (2022)

5.3 Projeção de mercador

Para realizar a previsão de demanda futura, foi encontrado um fator de crescimento do mercado de cafés especiais divulgado pelo Sebrae (2019), com valor de 15%. No entanto, pelo atual cenário de incertezas foi definido um valor de crescimento através de uma análise conservadora, sendo este estipulado como 6% ao ano. Assim, considerando este parâmetro de crescimento do mercado, também foi estipulado um valor meta de market share que deverá ser alcançado em 15 anos, este no valor de 15% de participação e escalonado linearmente durante o período de projeção de mercado analisada. A Tabela 3 abaixo evidencia esses resultados.

Tabela 3: Resultados

Ano	Crescimento de mercado	Market Share	Demanda Disponível em Kg anual	Demanda Atendida em Kg Anual	Demanda Atendida em Kg Mensal	Demanda de Embalagens 250g Mensal
2022	6%	1,97%	365525,481	7200,000	600,000	2400,000
2023	6%	2,90%	387457,010	11238,182	936,515	3746,061
2024	6%	3,83%	410704,431	15735,026	1311,252	5245,009
2025	6%	4,76%	435346,696	20731,034	1727,586	6910,345
2026	6%	5,69%	461467,498	26269,917	2189,160	8756,639

Fonte: Autores (2022)

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve o objetivo de realizar um estudo de mercado do café especial, selecionando um produto a ser comercializado e definindo a demanda para uma nova indústria. Com base nisso, foi possível entender as necessidades do público-alvo, as tendências de consumo e estabelecer drivers para mensurar quantitativamente a demanda disponível e possivelmente atendida pela empresa em determinada região de mercado.

Com o auxílio dos drivers propostos e dos métodos de estimativa do crescimento do mercado, foi possível perceber pontos da indústria cafeeira que poderiam ser estimados, deixando claro os limites e os desafios de uma indústria recém-criada. Dessa forma, foi possível observar que o mercado do café especial, apesar de representar pouca participação do mercado total, mostra grandes perspectivas de crescimento, até porque os grandes players ainda não estão consolidados, deixando espaço para empresas emergentes trazerem novas propostas focadas em qualidade e em novas abordagens.

Sendo assim, mostra-se interessante que novas pesquisas sejam realizadas, fazendo-se necessário não olhar apenas para a demanda, mas também para a viabilidade financeira de colocar um projeto desta magnitude em prática. Levando em conta os custos de maquinário, mão de obra e investimentos necessários, para fazer um produto focado em qualidade e com esta proposta diferenciada.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Cibele Maria Garcia. **Você aceita um cafezinho especial?** Análise do perfil dos consumidores com relação a cafés diferenciados. 2000.

Associação Brasileira da Indústria de Café - ABIC, 2020. Disponível em :

<https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2020/> . Acesso: 16 de mar. 2022.

BRASIL. Governo do Brasil, de 14 de setembro de 2021. **Exportação do agronegócio atinge US\$ 10,9 bilhões em agosto**. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/agricultura-e-pecuaria/2021/09/exportacoes-do-agronegocio-atingem-us-10-9-bilhoes-em-agosto>>. Acesso em: 13 mar. 2022

BOAVENTURA, Patricia Silva Monteiro et al. Cocriação de valor na cadeia do café especial: o movimento da terceira onda do café. **Revista de administração de empresas**, v. 58, p. 254-266, 2018.

CARDOZO, Daniela Peres; LAS SCHAAB, Luana; PARRÉ, José Luiz. Análise espacial da produtividade do café na região Sudeste do Brasil: 1990-2015. **Revista Economia Ensaios**, v. 34, n. 1, p. 176-198, 2019.

CONCEIÇÃO, JCPd; ELLERY JUNIOR, RGd; CONCEIÇÃO, P. H. Z. Cadeia agroindustrial do café no Brasil: Agregação de valor e exportação. **Boletim de Economia e Política Internacional** (24), p. 37-47, 2019.

Consumo dos cafés especiais cresce 12% ao ano em nível mundial. Consórcio Pesquisa Café, 2018. Disponível em:
<http://www.consorciopesquisacafe.com.br/index.php/imprensa/noticias/880-2018-08-03-15-41-55>. Acesso em: 20/01/2022.

DA CONCEIÇÃO, Júnia Cristina PR; DE ELLERY JUNIOR, Roberto Goes; DA CONCEIÇÃO, Pedro Henrique Zuchi. **Cadeia agroindustrial do café no Brasil: Uma análise do período recente**. 2017.

DE PAULA MENDES, Marcone. ESTUDO DA VIABILIDADE TÉCNICA E FINANCEIRA DE UMA TORREFAÇÃO E MOAGEM DE CAFÉ NO INTERIOR DE MINAS GERAIS. Repositório de Trabalhos de Conclusão de Curso, 2020.

EMBRAPA. **Brasil é o quarto maior produtor de grãos e o maior exportador de carne bovina do mundo**. Notícias. Brasília, 2021. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/62619259/brasil-e-o-quarto-maior-produtor-de-graos-e-o-maior-exportador-de-carne-bovina-do-mundo-diz-estudo>>. Acesso em: 16 MAR. 2022.

EUROMONITOR; ABIC. **Tendências do mercado de cafés em 2017**. São Paulo: Euromonitor Consulting, 2017. Disponível em: <https://cutt.ly/Ad7INSY>. Acesso em: 23 abr. 2019.

FAVERET FILHO, Paulo de Sá Campello; PAULA, Sérgio Góes de. **A agroindústria**. 2002.

FERREIRA, Lucas Tadeu. **Consumo interno dos Cafés do Brasil representa 13% da demanda mundial**. Embrapa, 2019. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/41277124/consumo-interno-dos-cafes-do-brasil-representa-13-da-demanda-mundial>>. Acesso em: 13 mar. 2022

FERREIRA, L. T; SANTOS, J. **Seis maiores estados produtores dos Cafés do Brasil atingiram 98% do volume da safra de 2017.** EMBRAPA, 4 Jan. 2018. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/31081641/seis-maiores-estados-produtores-dos-cafes-do-brasil-atingiram-98-do-volume-da-safra-de-2017>>. Acesso em: 17, março 2022

GONÇALVES, V. V. **Perspectiva da Persona sobre o Consumo no Mercado de Cafés Especiais: um estudo de caso na região das matas de minas.** Repositório de Trabalhos de Conclusão de Curso. 2021

LEME, Paulo Henrique Montagnana Vicente; MACHADO, Rosa Teresa Moreira. Os pilares da qualidade: o processo de implementação do Programa de Qualidade do Café (PQC). **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 12, n. 2, 2010.

LIMA, Juliana de Paula; FARAH, Adriana. **Comparação dos teores de metilxantinas no café e em outras bebidas estimulantes comumente consumidas no Brasil.** 2013.

MERGULHÃO, Amanda Duarte. Os fluxos, as relações e os agentes envolvidos na produção e comercialização do café produzido atualmente no Brasil. **Revista da ANPEGE**, v. 13, n. 22, p. 57-85, 2017.

MIGUEL, Priscila LS et al. Relational value creation and appropriation in buyer-supplier relationships. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, 2014.

MONTOYA, MA; ROSSETO, CR **Abertura econômica e competitividade no agronegócio brasileiro.** Passo Fundo: UPF, p. 1-12, 2002.

NISHIJIMA, Marislei; SAES, Maria Sylvia Macchione; POSTALI, Fernando Antonio Slaibe. Análise de concorrência no mercado mundial de café verde. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 50, n. 1, p. 69-82, 2012.

Raio-X do Café no Brasil: produção, indústria, consumo, informações relevantes sobre o mercado do país. **Perfect Daily Grind**, 2021. Disponível em: <<https://perfectdailygrind.com/pt/2021/05/24/raio-x-do-cafe-no-brasil-producao-industria-consumo-informacoes-relevantes-sobre-o-mercado-do-pais/>>. Acesso: 16 de mar. 2022.

RIBEIRO, Adauto Roberto. Panorama setorial: o complexo agroindustrial cafeeiro no Brasil. **Revista Análise**, v. 6, n. 11, p. 23-34, 2005.

SAES, Maria Sylvia Macchione; SPERS, Eduardo Eugênio. Percepção do consumidor sobre os atributos de diferenciação no segmento rural: café no mercado interno. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 8, n. 3, 2006.

SEBRAE. **Potencial de mercado de cafés e cafeterias.** 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PI/Anexos/Potencial%20de%20Mercado%20de%20Caf%C3%A9s%20e%20Cafeterias.pdf> Acesso: 20/01/2022.

SILVA, Eliane. Consumo de café no Brasil atinge 21,2 milhões de sacas, alta de 1,34%.

Globo Rural, 2021. Disponível em:

<<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/Cafe/noticia/2021/03/consumo-de-cafe-no-brasil-atinge-212-milhoes-de-sacas-alta-de-134.html>>. Acesso em: 16 de mar. 2022.

SÓRIO, A. Reposicionamento estratégico das indústrias processadoras de café do Brasil: propostas para sistematização de políticas públicas e estratégias de negócio. Passo Fundo: Méritos, 2015.

TEIXEIRA, Olívia Reis; PASSOS, Flávia Regina; MENDES, Fabrícia Queiroz. **Qualidade físico-química e microscópica de 14 marcas comerciais de café torrado e moído.** 2016.

URBAN, M. L. de P. **Revitalização e inovação do sector agroalimentar: o caso café brasileiro como produto diferenciado.** Tese (Doutorado em Economia) – Universidade do Algarve, Faro, 2005.