



# **Administração Estratégica**

## **Análise de Conjuntura do Setor de Cafeterias**

### Integrantes

Gesislaine Barroso Oliveira  
José Miguel de Oliveira Neto  
Nadia Regina Nascimento  
Sabrina Gabriela Gallo  
Viviane Sales Pessoa

Professor Leonardo Terra

---

2011

Jaboticabal / SP

## O mercado do café

Segundo a ABIC, na atualidade o Brasil destaca-se como maior produtor de café, exportando aproximadamente 50% a 60% de toda sua produção anual, obtendo participação média de 24% das exportações mundiais, no entanto para conseguir expandir sua exportação, o Brasil precisa qualificar sua produção e investir pesadamente na imagem do produto, pois é visto como exportador de quantidade e não de qualidade.

O hábito do consumo do café surgiu na antiguidade através dos árabes que tinham o costume de consumir bebidas alcoólicas, com a proibição pela religião maometana de se consumir esse tipo de bebida os mesmos passaram a consumir o café. Ao notar que essa nova bebida tirava o sono foi criado o hábito de consumi-lo após refeições, nas orações noturnas e também por vigilantes. Já na Itália em 1615, o café teve uma proibição pela Igreja, e os cristãos diziam que a bebida era uma invenção do satanás, mas ao descobrir como a bebida era deliciosa a Igreja liberou e abençoou o consumo.

Segundo a ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café) as primeiras cafeterias surgiram em Meca, na Arábia Saudita, que eram centros religiosos para rezar e meditar. Como os árabes, os muçulmanos foram proibidos de consumir bebidas alcoólicas, por isso as cafeterias se transformaram em locais onde era possível passar horas de lazer bebendo café. A bebida conquistou regiões próximas, como Constantinopla e Síria. No Oriente, as cafeterias ficaram famosas pelo seu luxo, requinte e por proporcionar encontros entre comerciantes para discussão de negócios.

Em 1652 foi aberta em Londres a primeira cafeteria na Europa, pelo grego Pasquá Roseé, o local era frequentado por comerciantes, banqueiros, políticos e intelectuais, onde eram discutidos assuntos relacionados à política, arte, literatura e a economia inglesa. Devido ao sucesso, por volta de 1708 já era grande o número de cafeterias na cidade.

Os alemães adquiriram o hábito de consumir o café junto com leite, em 1680 foi instalado o primeiro ponto de venda ao público na cidade de Hamburgo. No ambiente, pequenas orquestras se apresentavam, pois reunia a paixão do povo alemão, que é a música com o ambiente agradável.

Já no Brasil, a primeira cafeteria instalou-se em 1894, a “Confeitaria Colombo” na cidade do Rio de Janeiro, na Rua Gonçalves Dias. O ambiente não era diferente dos cafés instalados na Europa, seus salões apresentavam o mesmo ambiente sofisticado, onde o público era os artistas, políticos e intelectuais. No Estado de São Paulo o registro encontrado sobre a

primeira cafeteria foi à cidade de Bauru em 1972, a Fran's Café. O registro encontrado sobre a primeira cafeteria na cidade de Ribeirão Preto foi à cafeteria "A Única", instalada em 1937 no centro da cidade, o estabelecimento manteve o mesmo requinte dos já instalados no estado. Devido ao crescimento do município e também da demanda de café a cidade recebeu varias outras cafeterias ao longo dos anos. Foram coletadas pesquisas disponíveis no mercado sobre renda per capita das regiões e municípios, além de utilizar dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), entre outros dados, para escolher a localização da empresa e devidos a tantos fatores favoráveis, como mostraremos a seguir, a empresa Café Requinte optou em instalar-se em Ribeirão Preto.

No censo 2010, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) Ribeirão Preto registrou uma população de 604.682 habitantes, o município ocupava 651,276 km<sup>2</sup> como uma densidade demográfica de 928,46 hab/km<sup>2</sup>, sendo classificado como oitavo município mais populoso do estado, estando cercado pelas principais cidades do interior de São Paulo e Minas Gerais, como São José do Rio Preto, Catanduva, Franca, Barretos, Araraquara, São Carlos, Americana, Uberaba, Uberlândia, Poços de Caldas, entre outras, ou seja, localiza-se em um entroncamento rodoviário que possibilita acesso fácil pela qualidade das rodovias para diferentes regiões do estado e do país. Estas informações mostram a boa localização do município, facilitado assim o acesso aos nossos fornecedores e clientes.

No quesito condições de vida da população, o índice paulista de responsabilidade social, nas dimensões de longevidade e escolaridade, o IDH (Índice de desenvolvimento humano) e a renda per capita (em salários mínimos) também estão acima da média do estado no ano de 2008, e na dimensão de riqueza se manteve igual à média do estado, segundo a Fundação SEADE (Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados), por essa razão a região de Ribeirão Preto é uma das mais ricas do estado, apresentando elevado padrão de vida (renda, consumo, longevidade), além disso, possuem bons indicadores sociais (saúde, educação e saneamento), o município ainda abriga unidades de algumas empresas multinacionais, com todos esses fatores favoráveis é possível um maior consumo da população.

Em pesquisa realizada pela Shopper Experience em parceria com o Grupo Padrão na cidade Ribeirão Preto e divulgado pela revista Varejista "As empresas que mais respeitam o consumidor", em 25 de Fevereiro de 2011, mostra que o preço é um dos atributos menos importante quando se trata de respeito ao consumidor e 55% da população busca encontrar a qualidade do produto, ou seja, a população está preocupada com um bom produto sem levar

tanto em conta o preço, este ponto é um fator positivo para a empresa, pois a população procura produtos de qualidade, sem dar tanta importância ao preço.

Segundo o Ministério do Turismo, Ribeirão Preto é uma importante cidade para o segmento de negócios e eventos, destacando-se nos quesitos de infra-estrutura geral, acesso, aspectos ambientais e capacidade empresarial.

De acordo com informações da Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto (ACIRP), a região como um todo possui importante diversificação para compor uma economia forte. As cidades do nordeste paulista possuem agricultura forte, com destaque para a cana-de-açúcar e o café, além de se constituírem importantes pólos industriais. Ribeirão Preto complementa a vocação como pólo de serviços e de educação regional e com isso a cidade recebe todos os dias uma grande quantidade de empresários, empreendedores, turistas, universitários, entre outros, vindos de toda região que conseqüentemente consumiram no comércio da cidade, clientes esses que buscam serviços práticos, rápidos e de qualidade e a empresa estará pronta para atender esse público.

Acontecem anualmente na cidade diversos grandes eventos, que atraem turistas de todo Brasil e até internacional, como Agrishow (Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação), Carnabeirão (maior micareta do estado de São Paulo), Feira Nacional do Livro de Ribeirão Preto, entre outros eventos, movimentam diversos segmentos do município, incluindo empresas do setor alimentício e conseqüentemente nossa empresa que na época desses grandes eventos terá um maior número de consumidores.

Dentre os eventos conhecidos, destacamos a Agrishow, feira tecnológica e agropecuária, considerada a maior feira do ramo da America Latina, que de acordo com a organização do evento, no ano de 2011 atraiu 146.836 mil visitantes de 50 países, recentemente a feira ajudou a conferir à cidade o título de “Capital brasileira do agronegócio”, exaltando e fortalecendo ainda mais a cidade e todo seu polo comercial.

De acordo com dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), com base no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), o mercado de trabalho segue aquecido na região de Ribeirão Preto, a cidade fechou em 2010 na 25ª posição no ranking nacional de empregos. Na ocasião, foram gerados, 14.028 postos com carteira assinada, número que representa a diferença entre dispensas e admissões.

De acordo com a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto e o Ministério da Fazenda, as ações da atual administração, voltadas para atrair empresas têm contribuído para bons resultados. Foram várias ações, a criação da Sala do Empreendedor, inaugurada pela

prefeitura em fevereiro de 2010, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), além da Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto (Acirp), Sindicato do Comércio Varejista de Ribeirão Preto (Sincovarp), Casa do Contabilista, entre outras, ou seja, a cidade oferece da prefeitura e de parceiros estímulos favoráveis para a instalação de novas empresas no geral, contribuindo assim para a sua economia e crescimento.

## **O Mercado**

“O mercado é o conjunto de todos os compradores reais e potenciais de um produto/serviço que está sendo oferecido, os seus consumidores potenciais apresenta quatro características: interesse, acesso e qualificações”. (Kotler & Armstrong, 1995)

O mercado do café devido ao seu crescimento vem se destacando no setor alimentício, segundo a ABIC, em 2004 o consumo nacional de café chegou a 14,9 milhões de sacas, para 2011 as estimativas do consumo interno é atingir 21 milhões de sacas, podendo atingir o maior país consumidor da bebida.

Hoje o Brasil é o maior produtor, exportador e segundo maior consumidor de café, a cafeicultura gera mais de cinco milhões de emprego e uma receita anual da ordem de quatro bilhões de dólares, dos quais a metade é oriunda de exportações, internamente, contribui com a fixação do homem no campo, melhoria da renda de pequenos produtores rurais e uma melhoria na qualidade de vida desses produtores. (EMBRAPA, 2004)

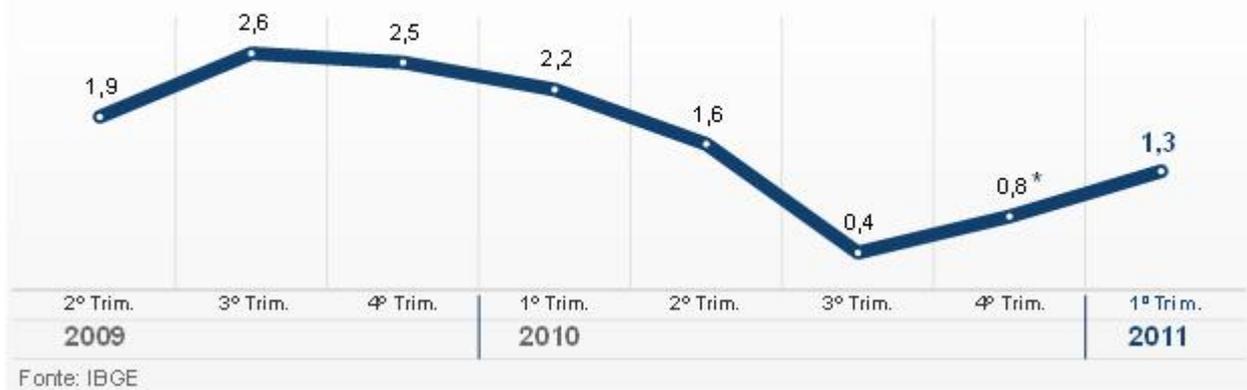
## **Desenvolvimento da economia nacional**

A economia brasileira vem apresentando um cenário positivo, segundo o IBGE, o Produto Interno Bruto (PIB) a preços de mercado apresentou crescimento de 1,3% na comparação do primeiro trimestre de 2011 contra o quarto trimestre de 2010, levando-se em consideração a série com ajuste sazonal. Cabe ressaltar que, após registrar desaceleração a partir do quarto trimestre de 2009 e seguido uma queda mais brusca nos três primeiros trimestres de 2010 (2,2% e 1,6% e 0,4%, na ordem), no último trimestre do ano esta taxa voltou a acelerar frente ao trimestre anterior; no primeiro trimestre de 2011, manteve este comportamento de crescimento mais rápido na margem. Os seguimentos que apresentaram

maior destaque foram a Agropecuária, devido principalmente à agricultura, com elevação de 3,3%, seguida da Indústria com 2,2% e dos Serviços com 1,1%.

### PIB Brasil (variação em relação ao trimestre anterior, em %)

\* Dado revisado



Já no segundo trimestre de 2011, segundo o IBGE, a economia brasileira obteve um aumento de 0,8% se comparado ao trimestre anterior, considerando o setor de serviços o de maior destaque nesse período.

Outro seguimento que vem se destacando e contribuindo para o crescimento da economia brasileira é o setor do comércio varejista, que há nove anos consecutivos vem mantendo índices de crescimento. Em janeiro de 2011 foi registrado um acréscimo de 1,2% nas vendas se comparado ao mesmo período de 2010, onde o setor alimentício ocupava o segundo lugar nas vendas do país, como mostra tabela abaixo.

TABELA 1  
 BRASIL - VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO  
 SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2010

ATIVIDADES	ÍNDICE MÊS/MÊS (*)			ÍNDICE MENSAL			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	JUN	JUL	AGO	JUN	JUL	AGO	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	1,7	0,4	2,0	11,4	11,1	10,4	11,3	10,1
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,2	0,0	1,2	5,9	7,8	8,8	6,3	4,6
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,4	0,2	1,2	11,9	11,0	7,2	10,1	10,0
2.1 - Super e hipermercados	1,9	0,2	2,1	11,5	10,7	6,8	9,7	9,7
3 - Tecidos, vest. e calçados	1,1	1,0	1,9	4,4	12,8	12,8	10,8	7,7
4 - Móveis e eletrodomésticos	0,1	0,0	2,9	17,0	12,2	16,7	18,9	15,1
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-0,3	2,0	2,6	10,3	8,1	12,5	11,7	11,4
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	4,2	-4,5	1,3	23,2	19,0	24,7	24,8	18,0
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-2,6	4,6	3,5	4,8	7,3	13,7	8,7	9,2
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	4,1	1,2	0,4	9,6	12,2	11,7	7,6	7,5
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	0,8	1,7	2,1	3,3	12,6	14,0	12,2	12,3
9 - Veículos e motos, partes e peças	2,9	3,0	2,4	-9,5	15,0	19,3	13,1	16,8
10- Material de Construção	-2,0	1,4	2,0	11,3	14,9	19,9	16,4	10,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(\*) Séries com ajuste sazonal

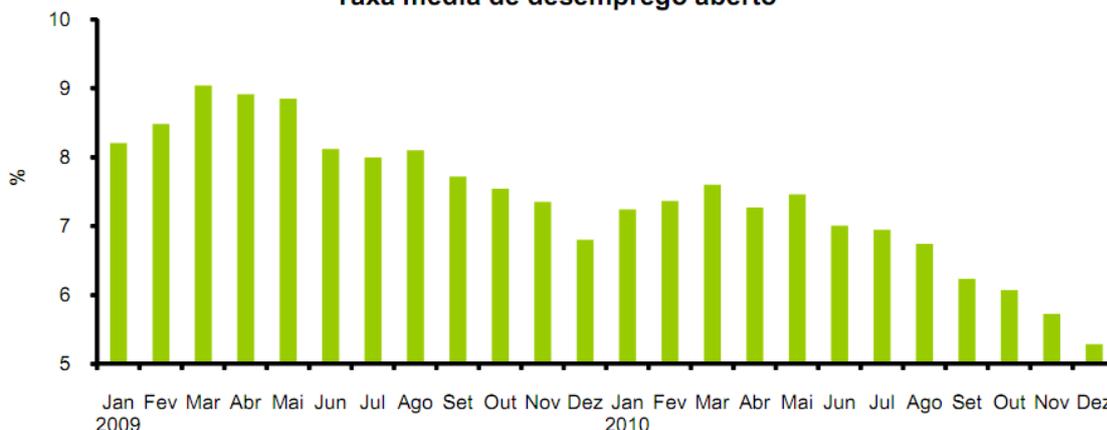
(\*\*) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(\*\*\*) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Outro índice que possui relação direta com o mercado e a economia do país, é a taxa de desemprego. Ela pode influenciar os investidores interessados no mercado brasileiro, estimulando ou desestimulando sua entrada no país, pode aumentar a taxa de inadimplência, aumento do índice de criminalidade. Por essa razão é importante avaliar a estruturação do mercado também pelo aspecto do desemprego.

Com base nos dados da Pesquisa Mensal do Emprego (PME) do IBGE, o país está conseguindo manter níveis de desemprego satisfatórios se comparados com ano de 2009. Os números mostram que a média de desemprego atingiu 6,7% o que antes era de 8,1%, a menor desde 2002. A formalização do mercado de trabalho cresceu 6,8%, o que eleva o número de pessoas com carteira de trabalho assinada como mostra o gráfico do IBGE.

Gráfico 1.9  
Taxa média de desemprego aberto



Fonte: IBGE

### Fator econômico, tecnológico e ambiental

O Fator econômico, é um grande influente, merece uma análise cuidadosa, pois através dele, saberemos à hora de investir ou não, se teremos disponibilidade de crédito para investimento e se será vantajoso o endividamento a longo ou em curto prazo. Com ele teremos uma visão das barreiras e oportunidades que poderão surgir, o que fazer em uma possível inflação, uma elevação no preço. Tendo em vista que os consumidores de uma cafeteria são classificados como consumidores de médio e alto nível, os consumidores não deixariam de frequentar, poderia apenas diminuir o consumo o que poderá levar a queda no rendimento, podendo assim diminuir o faturamento da organização.

Segundo o Ministério da Agricultura e a ABIC, os Fatores Ambientais são fatores externos que podem afetar a organização, como:

- Alteração no preço do grão de café devido à proliferação de pragas nas plantações e baixa produtividade por motivos climáticos.
- Diminuição da demanda, e uma alta procura, elevando o custo e o repasse com o preço mais alto aos consumidores.

Os Fatores Ambientais podem ser classificados como externos e internos que podem afetar a organização.

Nos casos dos fatores externos, alteração no preço do grão de café devido à proliferação de pragas nas plantações, baixa produtividade por motivos climáticos e o não uso

de produtos agroquímicos com responsabilidade, que minimizam o uso de fertilizantes e pesticidas.

Com isso pode haver uma baixa na demanda dos produtos, e uma alta procura, elevando o preço, gerando assim uma inflação.

Nos casos dos fatores internos são indispensáveis que seja tomado todos os cuidados com a temperatura na armazenagem e no transporte dos produtos a serem utilizados pela empresa, evitando ao máximo a possibilidade de contaminação e proliferação de bactérias.

Os fatores tecnológicos determinam a durabilidade e ciclo de vida dos equipamentos, e suas inovações tecnológicas têm consideráveis influências nos custos do produto e na contratação de mão de obra, pois alguns equipamentos podem diminuir a contratação de mão de obra, podendo até substituir funcionários, diminuindo custos e economizando tempo, influenciando desde a compra do grão do café até a venda do produto pronto para o consumidor.

Há equipamentos que são indispensáveis para o sucesso e o bom funcionamento de nossa empresa, e por isso contamos com os equipamentos mais sofisticados e modernos do mercado atualmente, tendo em vista o baixo consumo de energia, economia de água e capacidade para suprir toda a demanda de nossos produtos, sendo atualizado conforme suas inovações.

## **Consumo interno**

O mercado de café já está consolidado. De acordo, com a CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo) o café vem se renovando em preparações e misturas especiais do café gourmet, conquistando consumidores que querem mais do que um “cafezinho”. O Brasil é considerado o segundo maior consumidor de café do mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. No entanto o consumo interno brasileiro de café continua crescendo. Segundo a ABIC, no período compreendido entre Novembro/2009 e Outubro/2010 alcançou a marca de 19,13 milhões de sacas, isto representando um acréscimo de 4,03% em relação ao período anterior correspondente (Nov/08 a Out/09), que havia sido de 18,39 milhões de sacas, conforme tabela abaixo.

**Tabela 02 - Evolução do consumo interno de café - produção total anual****Outubro/2010**

<b>Categoria</b>	<b>Ano anterior (Nov/08 a Out/09)</b>		<b>Ano atual (Nov/09 a Out/10)</b>	<b>Crescimento %</b>	
Empresas associadas	11.659.750		12.350.750	5,93	
Empresas não-associadas	3.758.590		3.758.590	-	
<b>Total de empresas cadastradas</b>	<b>15.418.350</b>		<b>16.109.340</b>	<b>4,48</b>	
Consumo não cadastrado	1.953.260		1.953.260	-	
<b>Total geral de café torrado e moído</b>	<b>17.371.600</b>		<b>18.062.600</b>	<b>3,98</b>	
Empresas de café solúvel	1.018.300		1.069.240	5,00	(1)
<b>Total nacional de consumo de café</b>	<b>18.389.920</b>		<b>19.131.830</b>	<b>4,03</b>	
<i>(1) Fonte: mercado</i>					
<b>Sacas de café (60 kg)</b>					
<i>Consumo per-capita: café em grão cru</i>	5,81		6,02		
<i>Consumo per-capita: café torrado e moído</i>	4,65		4,81		
<i>Fonte: ABIC</i>					

A tabela acima demonstra que o consumo per capita foi de 6,02 kg de café em grão cru ou 4,81 kg de café torrado, quase 81 litros para cada brasileiro por ano, registrando uma evolução de 3,5% em relação ao período anterior.

Esse consumo de 4,81 kg/ano supera o de 1965, que foi de 4,72 kg/hab/ano, tornando-se o maior consumo já registrado, um verdadeiro recorde.

O que possibilitou o aumento do consumo de café entre os brasileiros, foi as diferentes formas de apresentações e combinações com outros produtos, o que antes era apenas consumido de forma tradicional (puro e com leite), atualmente ele é servido de forma mais sofisticado com o cappuccino, cafés expressos e ainda pode ser encontrado em diferentes receitas, sobremesas e até mesmo em cosméticos. Esse aumento pode ser analisado através da tabela 3.

**Tabela 03 - Consumo Interno de café em sacas e per capita - Brasil**

ANO	SOMENTE TORRADO/ MOÍDO	TOTAL INCLUSIVE SOLÚVEL (milhões de sacas)	CONSUMO PER CAPITA (kg / habitante ano)	
			kg café verde	kg café torrado
1965		8,1	5,91	4,72
1985	6,0	6,4	2,83	2,27
1990		8,2	3,39	2,71
1991		8,5	3,47	2,78
1992		8,9	3,58	2,87
1993		9,1	3,62	2,89
1994		9,3	3,65	2,92
1995		10,1	3,88	3,11
1996	10,6	11,0	4,16	3,33
1997	11,0	11,5	4,30	3,44
1998	11,6	12,2	4,51	3,61
1999	12,2	12,7	4,67	3,73
2000	12,6	13,2	4,76	3,81
2001	13,0	13,6	4,88	3,91
2002	13,3	14,0	4,83	3,86
2003	12,9	13,7	4,65	3,72
2004	14,1	14,9	5,01	4,01
2005	14,6	15,5	5,14	4,11
2006	15,4	16,3	5,34	4,27
2007	16,1	17,1	5,53	4,42
2008	16,7	17,7	5,64	4,51
2009	17,4	18,4	5,81	4,65
<b>2010</b>	<b>18,1</b>	<b>19,1</b>	<b>6,02</b>	<b>4,81</b>

Período: novembro - outubro

\* Sacas de 60 kg

Fonte: ABIC

Outros fatores que influenciaram o aumento do consumo interno foram os investimentos em produtos e marketing, melhorando a qualidade e tornando-os mais conhecidos entre um maior número de consumidores e conseguindo atingir o público jovem estimulando-os ao consumo da bebida.

A fim de garantir a qualidade do café e dos outros produtos alimentícios a ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) estabeleceu regras específicas para empresas que produzem e/ou manipulam alimentos (Resolução RDC N° 216, de 15/09/04; Portarias N° 1.428/MS, N° 326 - SVS/MS de 30/07/97 e CVS-6/99), destaca-se:

a. Controle de Saúde dos Funcionários: existem dois tipos de controle de saúde que devem ser realizados para os funcionários dos estabelecimentos que produzem e/ou manipulam alimentos;

b. Do Ministério do Trabalho, através da NR-7, determina a realização do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional - PCMSO, cujo objetivo é avaliar e prevenir as doenças adquiridas no exercício de cada profissão;

c. O controle de saúde clínico exigido pela Vigilância Sanitária, que objetiva a saúde do trabalhador e a sua condição para estar apto para o trabalho, não podendo ser portador de doenças infecciosas ou parasitárias;

d. Uso de água potável. Controle de água para consumo - obrigatório a existência de reservatório água;

e. Controle integrado de vetores e pragas urbanas;

f. Higiene pessoal e uniformização dos funcionários;

g. Higiene operacional dos funcionários (hábitos);

h. Higiene ambiental (periodicidade de limpeza das instalações, utensílios, estoque e reservatório de água);

i. Elaboração de Manual de Boas Práticas de Produção, Manipulação e de Prestação de Serviços na Área de Alimentos;

j. Implantar o Procedimento Operacional Padronizado - POP, a ser adotado pelo estabelecimento.

Conforme as determinações da vigilância sanitária a empresa trabalhará de acordo com as normas e obrigações estabelecidas.

## **Opções de créditos**

Para apoiar o desenvolvimento de micro, pequenas e médias empresas, existem instituições financeiras como o BNDES, que oferece financiamentos com menores taxas de juros e maiores prazos de pagamento. Através de financiamento com esta instituição, as empresas sofrem isenção em relação à taxa de Intermediação Financeira e Remuneração da Instituição Financeira Credenciada, o que em outras instituições isso não ocorre. Com essa isenção e outros benefícios, as empresas podem oferecer preços mais competitivos o que favorece o seu crescimento.

Segundo o BNDES, o setor de comércio e serviço vem sofrendo um processo de modernização e inovação, por esta razão é oferecido uma linha especial de crédito, sendo oferecido um financiamento de até 70% no capital de giro para investimentos, e ainda uma linha de crédito rotativo a uma taxa de 0,25% anual. Para empresas com mais tempo no mercado, as análises para esse tipo de crédito são realizadas em um menor espaço de tempo, com menos burocracia e maior agilidade.

## **Inflação em 2011**

A inflação no país está crescendo gradativamente, como mostra o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), medidor oficial da inflação no país, realizada mensalmente a variação do custo de vida média das famílias. Este índice segundo o IBGE apontou um aumento em 0,37% em agosto se comparado a julho, registrando 0,16%, no semestre, este índice acumula alta de 4,42% e, nos últimos 12 meses de 7,23%, sendo o mais alto desde junho de 2005, quando o IPCA chegou a atingir 7,27%.

Este índice ultrapassa a meta estabelecida pelo Banco Central de 6,5% ao ano, que em agosto do ano passado, a variação do IPCA atingiu de 0,04%. Esse resultado causa preocupação entre consumidores e fornecedores, podendo acarretar uma diminuição do poder aquisitivo e circulação da moeda e conseqüentemente o consumo.

## **Cenários para o mercado de café**

### **Previsão Provável**

De acordo com o IBC-Br (Índice de Atividade Econômica), em 2011 a economia brasileira iniciou com crescimento, aumentando 4,58% na comparação com o mesmo mês do ano passado.

Após uma difícil fase em 2008, o Brasil se sobressaiu à crise financeira provocada pelos Estados Unidos, sem muitas perdas. O alto poder aquisitivo da população criada através de vários programas sociais desenvolvidos no Governo Lula como a bolsa família, fome zero, primeiro emprego, etc.; e as reduções de IPI juntamente com a expansão da classe C, levantaram a economia do país, o que elevou a taxa de consumo interno ajudando o país a reagir à crise econômica. Após esta retomada, vários setores da economia brasileira demonstraram um bom desempenho, dentre eles o setor alimentício, que tem se mostrado bem

favorável e uma boa opção de investimento conforme divulgação da Associação Brasileira de Franchising (ABF). Segundo divulgado pelo IBGE os supermercados, hipermercados e produtos alimentícios correspondem a 31% da taxa do varejo.

Devido à correria do dia a dia, muitas pessoas optam em comer fora de casa devido a sua praticidade, e diversidade de pratos prontos. Com base nessas vantagens cresce a cada dia o número de investimentos neste setor. De acordo com IBGE, o brasileiro gasta em média 25% de sua renda em alimentação fora de casa, o que favorece o setor alimentício.

Em relação ao mercado de café brasileiro, o mesmo vem crescendo consideravelmente, cerca de 95% da população consomem pelo menos uma xícara de café ao dia, segundo a ABIC, entre os anos de 2003 a 2010 o consumo da bebida fora de casa aumentou 43%. Atualmente a bebida é encontrada de várias maneiras, como cappuccino, café expresso, o tradicional café com leite, entre outras, o que permitiu a bebida ganhar novos apreciadores. Com este resultado, o país vem se mantendo em uma posição importante no cenário mundial, tanto pelo aumento do consumo interno quanto pelo seu potencial de produção e exportação para diversos países, semelhando-se aos países de grande produção e consumo.

O mercado do café devido ao seu crescimento vem se destacando no setor alimentício. Para os próximos anos, é esperado um aumento de consumo em vários produtos, e um dos produtos em destaque é o café, como mostra o estudo realizado pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, apresentado na tabela a seguir.

**Tabela 1 - Resultados de Produção - Brasil**  
**Projeções de Produção 2010/11 a 2020/21**

Produto	Unidade	2010/2011	2020/2021	Variação%
Arroz	Milhões t	12,50	13,74	9,88
Feijão	Milhões t	3,51	3,82	8,85
Milho	Milhões t	52,85	65,54	24
Soja Grão	Milhões t	68,72	86,53	25,91
Soja Farelo	Milhões t	26,71	32,35	21,12
Soja Óleo	Milhões t	6,84	8,30	21,31
Trigo	Milhões t	5,30	6,15	16,06
Carne Frango	Milhões t	12,11	15,74	30
Carne Bovina	Milhões t	9,16	11,35	23,97
Carne Suína	Milhões t	3,38	4,09	21,08
Café	Milhões sc	54,0	70,6*	30,74
Leite	Bilhões litros.	31,57	38,18	20,93
Mandioca	Milhões t	26,43	26,09	-1,32
Batata Inglesa	Milhões t	3,58	4,19	17,07
Algodão pluma	Milhões t	1,58	2,34	47,84
Cana de Açúcar	Milhões t	750,11	934,59	24,59
Fumo	Milhões t	0,86	0,97	12,82
Açúcar	Milhões t	34,08	42,33	24,22
Laranja	Milhões t	19,36	23,51	21,43
Papel	Milhões t	10,09	12,59	24,74
Celulose	Milhões t	14,51	19,45	34,02

Fonte: AGE/Mapa e SGE/Embrapa

Nota : Cana de açúcar - refere-se à cana destinada à produção de açúcar, álcool, e outros fins como forrageiras e cachaças.

\* refere-se a 2019/20

O consumo mundial vem crescendo em um ritmo acelerado. Em comparação entre os anos de 2009 e 2010, ocorreu um aumento no consumo mundial de 3,1 milhões de sacas, passando de 130,9 milhões para 134 milhões de sacas.

### Previsão Otimista

O hábito de consumir café fora de casa está aumentando, os brasileiros além de consumirem mais a bebida, estão procurando novas formas e lugares que satisfaçam o desejo de consumi-lo. Assim à procura por lugares que permitem saborear um bom café combinado a um lugar agradável e entre amigos, está cada vez maior, segundo informações da Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC) em sua pesquisa anual sobre as Tendências de Consumo de Café, revelou que o consumo de café fora de casa cresceu, passando de 14% em 2003 para 57% em 2010.

A mudança na cultura do consumo de café vem de encontro ao aumento da população de Ribeirão Preto em possuir o hábito de sair de casa para tomar café, ato que cresceu em 170% nos últimos sete anos, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Café. Cresceu também entre os médicos a certeza de que o café pode ser um aliado da saúde, ao contrário do que se imaginava. O alto índice de penetração não tem apresentado mudanças drásticas e nem

deveria. Não é um produto de moda, sequer sazonal. É um consumo consistente identificado ao longo dos anos.

Com o aumento da população de Ribeirão Preto e a economia em crescente alta com fortes investimentos, o ambiente nos fornecem a oportunidade de um mercado em constante crescimento, pois ao mesmo tempo em que a renda da população aumenta o consumo também cresce, fazendo com que se forme um cenário com grandes possibilidades de altos investimentos para atender a demanda de consumidores alvo, facilitando o desenvolvimento e atuação da empresa em toda a região.

Conforme divulgado pela IPEA, mesmo com um cenário internacional em crise, as perspectivas brasileiras em relação ao controle da inflação, corte da taxa de juros, investimentos no pré-sal e os eventos esportivos aumenta o compromisso do governo em relação ao crescimento econômico e os brasileiros sentem mais confiantes em relação a economia do país.

Em relação à economia brasileira as previsões são de grandes investimentos e aumento do PIB, com a realização da Copa do mundo no Brasil o Ministério do Esporte calcula-se que o impacto econômico dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos sobre o PIB até 2016 será de R\$ 22 bilhões.

### **Previsão Pessimista**

Em agosto de 2011 o aumento da inflação (IPCA) nos últimos 12 meses foi de 7,23%. Segundo IBGE, o setor de alimentos teve uma alta para 0,72%. Devido o aumento da inflação no setor alimentício, a procura por alimentos fora de casa tende a diminuir o que influencia diretamente o comércio varejista de alimentos e bebidas.

Estudando o cenário da economia, podemos dizer que se ocorresse no mercado uma drástica crise financeira, a demanda no consumo de café fora de casa sofrerá uma diminuição, pois apesar do produto ter um preço acessível para os consumidores, esses podem consumir menos o produto por dia ou até passar a consumir o produto em sua casa, priorizando a compra de outros produtos necessários a mesa do consumidor, com isso conseqüentemente as vendas irão cair e a situação financeira da empresa passará por dificuldades.

Outro ponto importante é a alteração no preço do grão de café devido à proliferação de pragas nas plantações. Segundo a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) ainda existem muitas pragas e doenças relacionadas ao cultivo do café e que estão sendo analisadas e combatidas pela Embrapa. Pragas como a broca-do-café ou o ácaro

vermelho pode causar grandes prejuízos e em muitos casos limitar a produção, comprometendo os grãos e alterando seu aspecto e sabor. O não uso de produtos agroquímicos com responsabilidade, que minimizam o uso de fertilizantes e pesticidas, elevam o custo e o repasse do café com o preço mais alto aos consumidores.

Em relação ao clima, a baixa produtividade por motivos climáticos pode levar em muitos casos a diminuição da produção, assim com a escassez do grão no mercado e o consumo permanecendo em alta como vem ocorrendo, o que pode ocasionar a falta do café e com isso a elevação dos preços.

### **Referências Bibliográficas:**

MINTZBERG, H. Safári de estratégia. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 10º Ed. São Paulo: Prendice Hall, 2000.764p

Disponível em <[www.abic.com.br](http://www.abic.com.br)> acesso em 15 de agosto 2011.

Disponível em <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)> acesso em 15 de agosto 2011.

Disponível em <[www.portalbrasil.net/ipca](http://www.portalbrasil.net/ipca)> acesso em 15 de agosto 2011.

Disponível em <[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)> acesso em 15 de agosto 2011.

Disponível em <[www.mte.gov.br](http://www.mte.gov.br)> acesso em 15 de agosto 2011.

Disponível em <[www.portal.mte.gov.br/caged](http://www.portal.mte.gov.br/caged)> acesso em 25 de agosto 2011.

Disponível em <[www.agricultura.gov.br](http://www.agricultura.gov.br)> acesso em 27 de setembro 2011.

Disponível em <[www.cnc.org.br](http://www.cnc.org.br)> acesso em 27 de agosto 2011.

Disponível em <[www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)> acesso em 1 de setembro 2011.

Disponível em <[www.ribeiraopreto.sp.gov.br](http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br)> acesso em 07 setembro de 2011.

Disponível em <[www.sp.gov.br](http://www.sp.gov.br)> acesso em 07 de setembro 2011.

Disponível em <[www.acirp.com.br](http://www.acirp.com.br)> acesso em 07 de setembro 2011.

Disponível em <[www.bndes.gov.br](http://www.bndes.gov.br)> acesso em 07 de setembro 2011.

Disponível em <[www.agrishow.com.br](http://www.agrishow.com.br)> acesso em 07 de setembro 2011.

Disponível em <[www.g1.globo.com](http://www.g1.globo.com)> acesso em 07 de setembro 2011.

Disponível em <[www.revistacafeicultura.com.br](http://www.revistacafeicultura.com.br)> acesso 12 de outubro 2011.

Disponível em <[www.varejista.com.br](http://www.varejista.com.br)> acesso em 12 de outubro 2011.

Disponível em <[www.anvisa.gov.br](http://www.anvisa.gov.br)> acesso em 12 de outubro 2011.

Disponível em <<http://empreendedorx.com.br/comercio/setor-alimenticio-baixo-preco-rendendo-otimos-lucros>> acesso em 25 de outubro 2011.

Disponível em <<http://www.alimentacaoforadolar.com.br>> acesso em 25 de outubro 2011.

Disponível em <<http://www.esporte.gov.br>> acesso em 02 de novembro 2011.

EMBRAPA – Empresa Brasileira de pesquisa agropecuária. Ministério da Agricultura, pecuária e abastecimento, disponível em <[www.embrapa.gov.br](http://www.embrapa.gov.br)>

Disponível em <<http://mais.uol.com.br/view/99at89ajv6h1/mercado-de-cafe-especial-deve-crescer-de-15-a-20ano-04021A3460D4990327?types=A>>. Acesso em 23 de outubro 2011.

Disponível em <<http://www.cafepoint.com.br/cadeia-produtiva/giro-de-noticias/baggio-cafe-quer-duplicar-producao-em-2012-75559n.aspx>>. Acesso em 23 de outubro 2011

Disponível em <<http://www.mcdonalds.com.br/#/NPC%253AServices%2523TopMiddle>>. Acesso em 23 de outubro 2011.