

ANÁLISE DE OPORTUNIDADES NO MERCADO REGIONAL DE CAFÉ

CIBELLE CHRISTINE BRITO FERREIRA¹, ROSILENE DA COSTA PORTO DE CARVALHO² e ALEKSANDRA GOMES JÁCOME³

¹Mestranda em Agroenergia, UFT, Palmas-TO, cibelle.christine@hotmail.com

²Acadêmica de Agronomia, IFPA, Conceição do Araguaia-PA, rosilene.cop@gmail.com,

³Dr. em Agronomia, Prof. Titular, IFPA, Conceição do Araguaia-PA, aleksandragomes73@gmail.com

Apresentado no
Congresso Técnico Científico da Engenharia e da Agronomia – CONTECC
Palmas/TO – Brasil
17 a 19 de setembro de 2019

RESUMO: A demanda da bebida café no Brasil, em especial no Estado do Tocantins e com enfoque na capital Palmas, tem sido crescente, no entanto, devido às características climáticas e ambientais do estado, além do custo para se produzir essa cultura e os desafios para sua implantação, o café é uma cultura que ainda não é produzida em grandes escalas, obtendo apenas registros de pequenas quantidades em propriedades onde há a prática de agricultura familiar. Conforme os dados estimados pela (CONAB, 2015) a produção da safra de 2015 está estimada em 42.148,3 mil sacas beneficiadas de café. Com os dados do trabalho pode-se observar que a demanda de parte desse consumo, se dá por acadêmicos de universidades de Palmas, com faixa etária entre 17 e 45 anos, tanto sexo feminino quanto masculino. Com essa demanda crescente de consumo por universitários, observa-se a potencialidade do mercado regional, o que permite perceber que a produção desse produto seria economicamente viável, levando em consideração que o produto já possuía grandes nichos de consumidores para sua destinação. Embora o Tocantins, em especificação a capital Palmas, possui características mercadológicas favoráveis a produção de café se faz necessário investir em projetos e em estudos de seus hábitos e características (clima favorável, solo ideal, exigência nutricional, possível pragas e doenças) para que a inserção dessa cultura nessa região seja de fato viável e produtiva.

PALAVRAS-CHAVE: *Coffea arabica* L., Universitários, Consumo de café.

ANALYSIS OF OPPORTUNITIES IN THE REGIONAL COFFEE MARKET

ABSTRACT: The demand for coffee beverages in Brazil, especially in the State of Tocantins and with a focus on the capital of Palmas, has been increasing, however, due to the climatic and environmental characteristics of the state, besides the cost to produce this culture and the challenges for its implantation, coffee is a crop that is not yet produced at large scales, obtaining only records of small quantities in properties where there is the practice of family agriculture. According to the data estimated by CONAB, 2015, the production of the 2015 harvest is estimated at 42,148.3 thousand bags of coffee. With the data of the work can be observed that the demand for part of this consumption, is given by academics of Palmas universities, with ages between 17 and 45 years, both female and male. With this growing demand for consumption by university students, the potential of the regional market can be seen, which makes it possible to realize that the production of this product would be economically feasible, taking into account that the product already had large niches of consumers for its destination. Although the Tocantins, in particular the capital Palmas, has market characteristics favorable to coffee production, it is necessary to invest in projects and studies of their habits and characteristics (favorable climate, ideal soil, nutritional requirement, possible pests and diseases) insertion of this culture in this region is indeed viable and productive.

KEYWORDS: *Coffea arabica* L., University students, Coffee consumption.

INTRODUÇÃO

O café desempenha um papel de extrema importância no cenário econômico, político, social e ambiental do Brasil, sendo um dos mais importantes componentes do agronegócio. O fruto é produzido em quatro continentes, sendo que as regiões que apresentam a maior projeção mundial se encontram na América do Sul, África, Ásia e América Central. O Brasil é o maior produtor, exportador e o segundo maior consumidor mundial de café. Outros países que também se destacam como produtores são Colômbia, Indonésia, Vietnã, Costa do Marfim e Uganda (THOMAZIELLO, 1996).

Conforme os dados estimados por (USDA, 2014) a produção mundial de café em 2014 foi de 150.465 ton, sendo o Brasil o maior produtor, com 53.100 ton. Segundo a (CONAB, 2015) a produção da safra de 2015 está estimada em 42.148,3 mil sacas beneficiadas de café. A área total utilizada para a produção deve ser de 1.930,1 mil hectares. A colheita está finalizando em todo o país no final do mês de outubro início de novembro.

O levantamento da (ABIC, 2015) informou que o consumo interno de café no Brasil, que havia registrado uma retração de 1,23% em 2013, mostrou recuperação de 1,24%, passando de 20,085 milhões de sacas de 60 kg para 20,333 milhões de sacas nos 12 meses compreendidos entre novembro de 2013 e outubro de 2014.

Voltando - se para o consumo de café alguns atributos do produto e do consumidor fazem relação e podem ser considerados no momento da escolha e compra do café, são os atributos do alimento (disponibilidade, utilidade, conveniência, preço, uniformidade e confiabilidade, estabilidade, conservação, segurança, valor nutricional, aparência, aroma, sabor, textura, consistência) e os atributos do consumidor (preferência regional, nacionalidade, grupo étnico, idade, sexo, religião, situação socioeconômica, educação, motivação fisiológica, motivação psicológica), segundo Luna (2000).

Nesse sentido, procurou - se neste trabalho analisar os hábitos de consumo e os atributos que levam os consumidores universitários de Palmas, capital do Tocantins, a consumirem o café. E dessa forma demonstrar o potencial comercial do café na região, mostrando que é válido o investimento neste seguimento na região de estudo.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa de levantamentos de dados foi concebida na cidade de Palmas/TO, com acadêmicos de universidades públicas e particulares, cursando o nível superior, por meio questionários desenvolvidos com linguagem JAVA, através do programa IDE NET BINS, aplicados de forma virtual, disponibilizados na rede no endereço: [HTTP://goo.gl/np7uyU](http://goo.gl/np7uyU), e impressa aplicados em salas de aula escolhidas aleatoriamente, no período de 12 a 28 de outubro de 2015.

Para realização da avaliação, os alunos receberam sete perguntas com múltiplas escolhas. Os entrevistados variaram de faixa etária de no mínimo 17 para Máximo 45 anos. Havendo total de entrevistados de 201 pessoas, 92 mulheres e 109 homens.

O questionário foi dividido em duas partes. Primeira parte do questionário considerou idade, gênero, curso, entre outros. No segundo procurou- se caracterizar os hábitos de consumo dos entrevistados, segundo a metodologia semelhante aplicada por (SPERS 2003).

Para análise de consumo de xícaras de café por dia, foram feita divisão da faixa etária dos entrevistados em 2 grupos, sendo eles abaixo de 19 anos e acima de 19 anos, observando um consumo maior pelo hábito da bebida do café no final da juventude, sendo citados (SETTE, 2000b); (PRADO *et al.*, 2011).

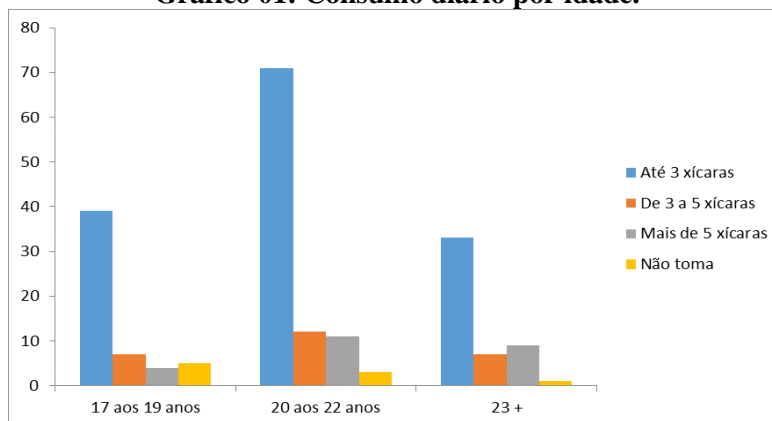
Os dados foram analisados de forma quantitativa, trabalhados numericamente, onde os questionários foram unificados em gráficos e discutidos conforme seus resultados. Segundo (PRADO *et al.*, 2011) diz que a natureza dos dados, podendo ser quantitativos e qualitativos, sendo que no aspecto qualitativo direciona melhor análise do contexto.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme mostra o Gráfico 01, o consumo de café por idade é mais elevado por acadêmicos na faixa de 20 a 22 anos, consumindo em sua maioria entre 3 e 5 xícaras por dia, representado por mais de 70 dos entrevistados. Esta mesma faixa de idade, dentre os demais parâmetros levados em consideração, foi a que mais registrou consumidores de mais de 5 xícaras por dia. Já o registro de idade, com o maior número de acadêmicos não consome café, foi mais elevado na faixa de 17 aos 19 anos de idade.

Em seu trabalho (Faria, M.B., 2004) verificou que a população masculina é ligeiramente maior que a feminina, sendo o índice masculino de 54,5% e o feminino de 45,5%. Em seus resultados a maioria dos entrevistados apresentou idade entre 21 e 30 anos, esse valor corresponde a 49,5% do total de questionários respondidos, 27,7% diz respeito aos que possuem até 20 anos, 17,8% com idades entre 31 e 40 anos, 4% de 41 a 60 anos e 1% acima de 61 anos. Já (Silva, A.L, 2011) constatou em seu trabalho que o café, que é um alimento cultural, atingiu 33,33% dos estudantes entrevistados, sendo questionados em relação a seus hábitos alimentares, mostrando que esse nicho de mercado, tem potencial em relação ao consumo desta bebida.

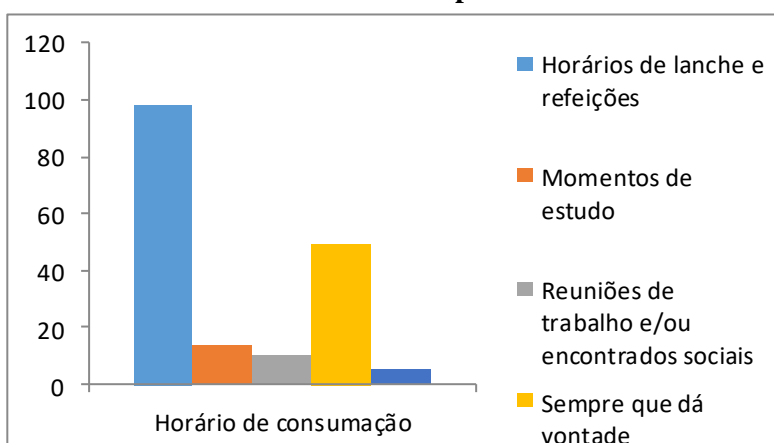
Gráfico 01: Consumo diário por idade.



No Gráfico 02, mostra o consumo conforme o hábito / horário, dos acadêmicos entrevistados, nele pode-se observar que a maioria dos entrevistados (100, dos 201) preferem consumir o café nos horários de lanches e refeições. Entre os demais entrevistados, pouco mais de 60, diz preferir consumir sempre que dá vontade.

A autora (Silva, M. C., 2012) em seu trabalho buscou identificar os hábitos de consumo dos universitários de administração da Universidade Federal de Santa Maria sobre o consumo de café, assim como, os atributos que são levados em consideração no momento da tomada de decisão da compra. Especificadamente sobre saúde, bem estar, hábitos de consumo, tipo de café, fatores de escolha, marketing e local. Para isso, foi elaborado um questionário e aplicado com os estudantes da Universidade Federal de Santa Maria. Os dados foram tabulados e analisados os resultados através de estatística descritiva. Constatou-se que a maioria dos estudantes são consumidores de café e que o consomem principalmente dentro dos limites da Universidade.

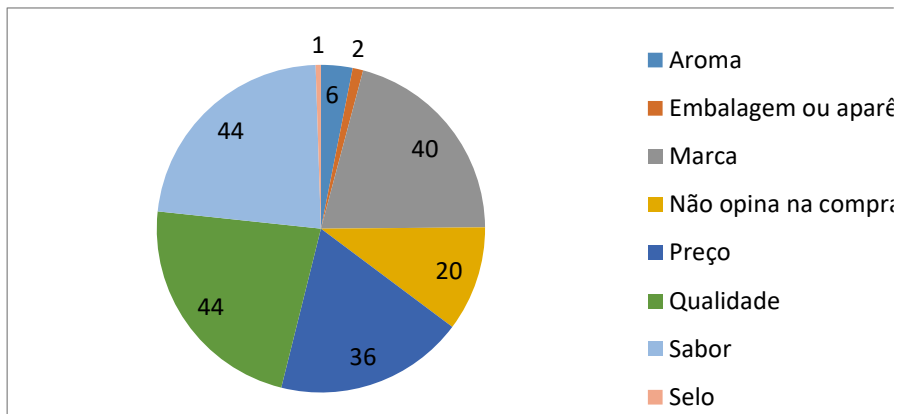
Gráfico 02: Consumo de café por hábito / horários



Os acadêmicos em relação aos fatores que interferem na escolha do café, no ato da compra, foram bem sazonais, dos 201, 44 disseram considerar o sabor, outros 44 levam em consideração a qualidade, um grupo um pouco menor, com 40, opta por escolher o café conforme sua marca, 36 disseram escolher pelo preço. A minoria diz escolher pelo selo (1 pessoa), pela aparência ou embalagem do produto (2 pessoas), pelo aroma (6 pessoas), ou não opinam na compra (20 pessoas), conforme o retratado no Gráfico 03.

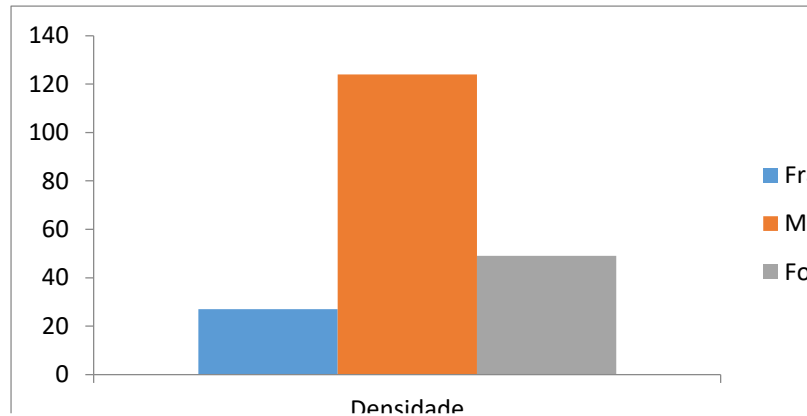
Em relação à frequência diária de consumo de café entre os universitários, no trabalho de (Silva, A.L, 2011) observou-se porcentagem bastante significativa no 4º (44,44%) e no 8º período (33,33%). Já no 6º período o consumo foi mais baixo (11,11%).

Gráfico 03: Aspectos considerados na escolha do café, na hora da compra.



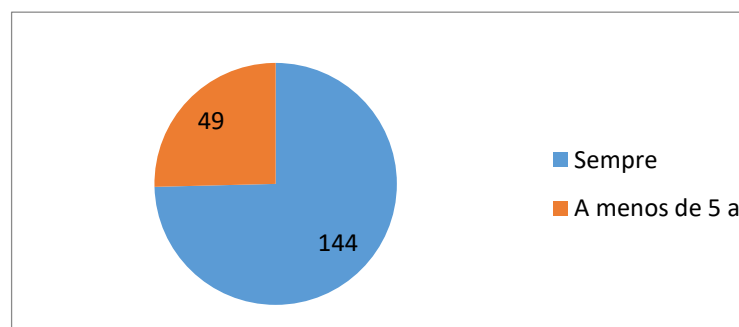
Em relação ao consumo conforme a densidade da bebida café, 120 dos acadêmicos entrevistados disseram preferir a bebida com sabor de intensidade média, conforme mostra o Gráfico 04, abaixo. Dos demais, menos que 60 preferem mais forte e a minoria (mais de 20 dos acadêmicos) preferem sabor mais fraco.

Gráfico 04: Consumo de café conforme a densidade do sabor.



Como observado no Gráfico 05, grande parte dos universitários entrevistados, tem o hábito de consumir café desde sempre, apenas 49 dos 201, iniciaram o consumo a menos de 5 anos.

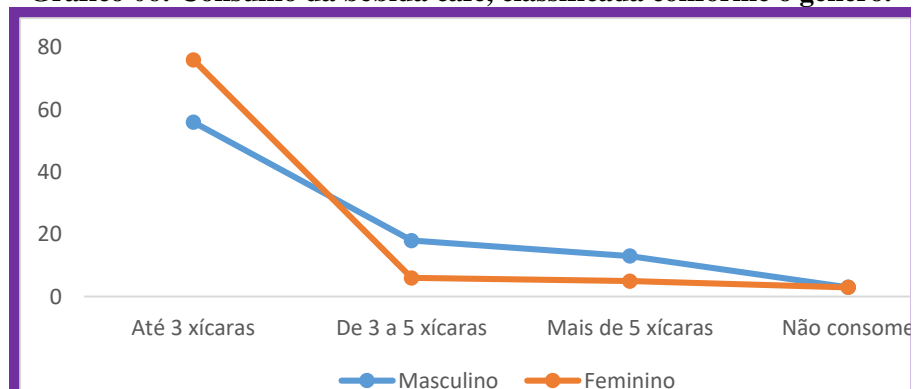
Gráfico 05: Período de início do consumo da bebida café.



Levando em consideração 90 homens e 90 mulheres, dos 201 universitários entrevistados, pode-se afirmar que o consumo de café é maior no sexo masculino, como verificado no Gráfico 06,

onde mais homens que mulheres, dizem consumir mais de 5 xícaras por dia e pouco mais do mesmo sexo, consomem de 3 a 5 xícaras/dia. O consumo de até 3 xícaras por dia é maior no sexo feminino, o que mostra que as mulheres preferem consumir menos xícaras de café por dia, em relação aos homens. O quantitativo dos que não consomem café, foi irrelevante tanto para o sexo feminino, quanto para o masculino.

Gráfico 06: Consumo da bebida café, classificada conforme o gênero.



CONCLUSÃO

Com os resultados analisados nesse trabalho e expressos nos gráficos acima, pode-se concluir que em relação aos universitários de Palmas, a maioria consome a bebida café desde sempre, de maneira que o consumo de café por idade é maior na faixa de 20 a 22 anos, o horário de lanche e refeições é o mais preferível para o consumo, dentre estes os do sexo masculino é quem mais bebem café, considerado a medida de xícaras por dia, optando por escolher conforme sabor e qualidade, na hora da compra. Dos entrevistados a maioria prefere consumir a bebida café com intensidade média em relação a seu sabor. Isso implica saber que o mercado de café é promissor o que abre aos produtores a oportunidade de um novo cultivo com potencial produtivo e comercial na região de Palmas - TO.

REFERÊNCIAS

- ABIC. Consumo de café no Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/agronegocios/noticia/2015/02/consumo-de-cafe-no-brasil-cresce-124-em-12-meses-diz-abic.html>>; Acesso em Novembro de 2015.
- CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento). Acompanhamento da safra brasileira: café – v. 1, n. 1 (2014-) – Brasília: Conab, 2014- v. Trimestral Disponível em: <http://www.conab.gov.br>.
- COOPEAVE. Tendências de consumo do café no Brasil e no mundo. Disponível em: <http://www.coopeavi.coop.br/?noticias/0/167/Tendencias_de_consumo_do_cafe_no_Brasil_e_no_mundo>; Acesso em Novembro de 2015.
- Da Silva, C. M. Oportunidades de empreendedorismo: os hábitos de consumo do café por universitários. Disponível em: <<http://periodicos.uems.br/novo/index.php/ecaeco/article/view/2784>>; Acesso em Novembro de 2015.
- EMBRAPA. O Consumo De Café Pelos Universitários: Um Estudo Em Uma Faculdade Do Sul De Minas. <http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/spcb_anais/simposio4/p38.pdf>; Acesso em Novembro de 2015.
- THOMAZIELLO, R. A. Cultura do Café. 2. ed. Boletim Técnico, CATI/ Campinas, n. 193, 1996.
- UEMS. Oportunidades De Empreendedorismo: Os Hábitos De Consumo Do Café Por Universitários. Disponível em: <<http://periodicos.uems.br/novo/index.php/ecaeco/article/view/2784>>; Acesso em Novembro de 2015.
- USDA. Estoques Mundiais - (Dias de Consumo) Perspectivas 2014 - Cenário Mundial (Mar.2014). Disponível em: <http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/14_09_10_18_03_00_perspectivas_2014-15.pdf>; Acesso em Novembro de 2015.