

Relatório de Inteligência



Como ter minha própria marca de café?

Sem contar a água, o cafézinho é a bebida mais consumida do mundo: são bilhões de xícaras servidas diariamente. A cada três doses, uma é produzida no Brasil. Embora esteja longe de ser o maior consumidor do grão – posição que pertence à Finlândia – e figure em 14º lugar nesse quesito, o Brasil é responsável pela maior parte da produção mundial.



Oferta brasileira estimada para 2022: 53,4 milhões de sacas (60 kg)



Exportações de janeiro a agosto de 2022: US\$ 5,9 bilhões (alta de 61,4%)



Área plantada: 1,9 milhão de hectares (Abic – Associação Brasileira das Indústrias de Café e Cecafé – Conselho dos Exportadores de Café)

De janeiro a agosto de 2022, o Brasil exportou café para 113 países. Os EUA lideram o ranking de clientes. O café arábica segue sendo o mais exportado pelos brasileiros, com 21,7 milhões de sacas ou 85,9% do total. Já o embarque de solúvel foi de 2,5 milhões no período (9,9%). Na sequência, estão a variedade robusta (conilon), com 1 milhão de sacas (4,1%), e o produto torrado e moído (0,1%).

Há cerca de 300 mil fazendas de café no Brasil, cerca da metade delas localizada em Minas Gerais. A maioria das plantações é de café arábica, espécie da Arábia e Etiópia. Em segundo lugar, aparece o Espírito Santo, produtor de conilon, semente proveniente da África Ocidental e Sudoeste da Ásia. São Paulo vem em seguida, com produção focada na Mogiana e Centro-Oeste Paulista. A Bahia, também, na região do planalto e cerrado, é grande produtor de arábica.

No que diz respeito ao consumo, o Sudeste concentra 45% da demanda interna, já o Nordeste, em segundo lugar, consome 22%. Em termos mundiais, a maior parte do consumo mundial de café está na Europa (32% da demanda total).

Duas tendências desse mercado são o consumo de cafés especiais, que respondem hoje por 15% do total, e a criação de marcas próprias por produtores e cafeterias – nicho ainda em fase de crescimento no Brasil, com algo entre 11% e 12% do *market share* da cafeicultura. Na Europa, as marcas próprias representam 30% do consumo. A expectativa é que, nos próximos cinco anos, cheguem a 50% do comércio europeu, segundo dados da Associação Americana de Marketing (AMA).

Legislação para venda

- **Portaria nº 141, de 11/04/2003** – Dispõe sobre os Certificados de Origem exigidos no Acordo Internacional do Café, que devem ser emitidos pelas entidades como Cecafé, CNC, ABICS, ABIC e associações regionais, para amparar as exportações do grão em todo o território nacional.
- **Resolução nº 277, de 22/09/2005** – Aprova o regulamento técnico para café, cevada, chá, erva-mate e produtos solúveis.
- **Instrução Normativa nº 8, de 11/06/2003** – Define as características para a classificação do grão cru, segundo a espécie, formato, granulometria, aroma, sabor, bebida, cor e qualidade.
- **Portaria nº 153, de 19/05/2008** – Define a quantidade de café, exceto pelos solúveis, permitida por embalagem: de 250 a 500 g ou 1 kg (padronizados); menos de 200 g ou mais de 1 kg (conteúdos livres).
- **Portaria nº 581, de 06/08/2009** – Dispõe sobre o pagamento de café de forma parcelada originária de operações de crédito do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (Funcafé).
- **Instrução Normativa nº 16, de 24/05/2010** – Estabelece os termos técnicos para o café torrado em grão e café torrado e moído, definindo seus padrões oficiais de classificação, como identidade, amostragem, qualidade, modo de apresentação e rotulagem.

Outras leis mais amplas devem ser levadas em consideração na produção de café bem como outros quaisquer alimentos. Por exemplo:

- **Decreto-Lei nº 986, de 21/10/1969** – Estabelece normas sobre alimentos, determinando que a defesa e proteção da saúde individual e coletiva, no que diz respeito à alimentação, desde a sua obtenção até o consumo, devem ser reguladas, em todo território nacional, por esse decreto.

- [Resolução nº 278, de 22/09/2005](#) – Aprova as categorias de alimentos e embalagens dispensados e com obrigatoriedade de registro; o café, no caso, está dispensado dessa obrigação.
- [Lei nº 10.831, de 23/12/2003](#) – Considera orgânicos os alimentos (inclusive café) produzidos com técnicas específicas, otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos e respeito às comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica.

Recentemente, o Ministério da Agricultura (Mapa) assinou a [Portaria nº 570/2022, de 11/05/2022](#), que define novos padrões oficiais de classificação do grão, ratifica os esforços dos produtores para agregar cada vez mais valor e fornecer um produto de qualidade ao consumidor final.

As novas exigências passam a valer em 2023, com a renovação dos requisitos de identidade e qualidade. Por exemplo, as embalagens deverão apresentar o tipo do produto (arábica ou conilon) e seu nível de torrefação (clara, média ou escura).

Requisitos de embalagem de cafés

A embalagem diz sobre o café, inclusive quando se trata daqueles de marca própria. Conhecer tais informações pode ajudar o consumidor a identificar a bebida que mais combina com seu paladar e estilo de vida.

A [Resolução RDC nº 727/2022](#) determina quais informações são obrigatórias nos rótulos de alimentos em geral, tais como:

- Denominação de venda (o nome do produto).
- Informação nutricional.
- Lista de ingredientes (de um único ingrediente, no caso do café).
- Conteúdos líquidos (peso ou volume, com padrões pré-definidos).
- Identificação de origem (razão social, endereço e país de origem do produtor).
- Identificação do importador (quando for o caso).
- Identificação do lote (que no caso do café pode ser a data de torra).
- Prazo de validade.
- Instruções sobre o preparo e uso do alimento, quando necessário.
- Modo de conservação do produto.
- Advertências sobre lactose, alérgenos, aromatizantes e conservantes.

Cafés especiais

Contato inicial do consumidor com o café, a embalagem é o cartão de visitas da produção. As marcas de cafés especiais, em geral, apresentam design, tecnologia e informações de rastreabilidade nas embalagens, revelando a história do café e ajudando a formar um público antenado na qualidade do produto. Também, a presença de válvula é importante: espécie de diafragma com tecnologia agregada, o recurso impede a entrada de gás carbônico, evitando a oxidação do café e permitindo ao consumidor sentir o aroma do produto.

No verso, os produtores costumam identificar a origem da lavoura. São dados sobre procedência (fazenda e região), terroir (altitude média e clima), data de colheita e de torra, além de notas sensoriais – dados importantes para a escolha de um café especial. Outra informação relevante para a degustação é o tipo e a data da torra.

Um bom exemplo de embalagem para marca própria é do [Café Itaoca](#), cujo design chama a atenção do consumidor. Os pacotes são feitos em papel kraft por fora, padrão que expressa um ar artesanal e indica preocupação com sustentabilidade e o meio ambiente.

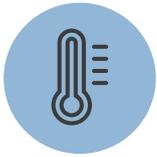
Qualidade do café e cafés especiais

Assim como outras culturas, a plantação de café exige planejamento e conhecimento para garantir produtividade elevada aliada à qualidade dos grãos. Conheça algumas das técnicas de manejo exigidas pela cultura e planeje-se para fazer uma boa produção:



Escolha da área para plantação do café: primeiro fator a ser considerado antes de começar a plantar. Isso porque a planta pode não se desenvolver de maneira satisfatória se o cultivo for feito em áreas que não a favoreçam. Erros na escolha da área só podem ser corrigidos na renovação do cafezal, uma vez que as falhas cometidas refletirão por toda a vida útil da cultura.

Alguns cafés especiais estão sendo cultivados em sistemas agroflorestais, pois tem propiciado benefícios ambientais e ecológicos que melhoram a qualidade final do produto. Um estudo da Epagri, em Araquari (SC), mostra que o [café arábica variedade mundo novo produzido sob a sombra de bananais orgânicos se enquadra como café especial excelente](#).



Temperatura: a plantação deve seguir algumas exigências climáticas para que a cultura possa se desenvolver de maneira saudável. A temperatura ideal de cultivo varia de 18 °C a 23 °C, sendo que seu desenvolvimento pode ser muito prejudicado em temperaturas acima de 30 °C.



Precipitação: para permitir a exploração comercial, o regime de chuvas ideal é na faixa de 1200 a 1500 milímetros anuais. A precipitação deve atingir, sobretudo, períodos de desenvolvimento vegetativo e de frutificação.



Altitude: a recomendação é que a plantação ocorra em áreas de 600 a 1.200 metros de altitude, uma vez que o café apresenta maior dificuldade para se desenvolver em regiões no mesmo nível do mar.



Umidade: tanto a umidade alta quanto a baixa podem ser prejudiciais para o desenvolvimento do café. A alta umidade favorece a incidência de pragas, doenças e fermentações, já a baixa facilita a incidência de doenças e prejudica o desenvolvimento da planta.



Topografia: cerca de 40% da plantação de café no Brasil são realizados em áreas montanhosas, porém o recomendado é que o plantio seja feito em regiões mais planas. Assim, é possível facilitar a mecanização, o controle de erosão e a proteção do solo, além de reduzir gastos com mão de obra.



Análise do solo: para a correção e adubação do café, orienta-se realizar a análise do solo entre 0 e 20 centímetros de profundidade, em alguns casos de 20 a 40 cm e até entre 40 e 60 cm. O café é uma planta perene, ou seja, passa por todas as estações do ano, sofrendo com variações climáticas. Nas condições ideais, consegue aprofundar seu sistema radicular e explorar maior volume de solo. Em relação às características do solo, este deve apresentar profundidade mínima de 1 metro e, de preferência, não ser pedregoso ou muito arenoso e ter boa drenagem.



Espaçamento: o espaçamento entre as mudas de café está diretamente ligado à produtividade da lavoura. Estudos recentes recomendam os modelos mais utilizados atualmente: 1,75 a 2 metros x 0,5 m para renque fechado (plantio adensado) e 3,5 a 4 m x 0,5 para renque aberto (largo na rua e fechado na linha, adotada em lavouras mecanizadas).



Irrigação: aliada às demais técnicas, a irrigação é capaz de aumentar significativamente a produtividade. Do contrário, a falta de água pode causar perdas na produção. O início da irrigação deve ser feito após a florada e se estende até o estresse hídrico que antecede a próxima florada. A irrigação por gotejamento tem demonstrado ser a melhor técnica, uma vez que evita a alta umidade relativa.

Marcas próprias

Estar atento às melhores técnicas de produção de café é importante para quem deseja ter marca própria e ganhar pontos em concursos como o Cup of Excellence, realizado a cada ano, e classificações mundialmente conhecidas onde o café poderá ser reconhecido como especial.

Segundo a Metodologia de Avaliação Sensorial da Specialty Coffee Association (SCA), utilizada no mundo inteiro, café especial é todo aquele que atinge 80 pontos, no mínimo, em uma escala que vai até 100, avaliando os seguintes atributos:



Fragrância/aroma, uniformidade, ausência de defeitos, doçura, sabor, acidez, corpo, finalização, harmonia e conceito final (a impressão geral sobre o café, atribuída pelo classificador). Preocupações de ordem socioambiental e condições de mão de obra cafeeira também podem ser levados em consideração.

Marcado por uma relação mais direta com o consumidor, o segmento de cafés especiais representa hoje 12% do mercado internacional da bebida, de acordo com a [Associação Brasileira de Cafés Especiais](#) (BSCA). A entidade pontua que, atualmente, existe uma tendência de refinamento do paladar dos consumidores e o interesse em compreender a qualidade do café aumentou. [Saiba mais sobre a Associação](#) e seus serviços.

Incentivo à produção e marca própria

No Brasil, quem deseja produzir café encontra pelo menos um grande auxílio, o **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira** (Funcafé), que integra o conselho de cafeicultores e surgiu em meados dos anos 1980. Trata-se de uma contribuição que os produtores de café pagam sobre as exportações do produto para financiar um fundo econômico de apoio ao setor.

Em 2004, o Superior Tribunal Federal (STF) julgou inconstitucional a cobrança da contribuição sobre as exportações. Desde então, o Funcafé não recebe recursos novos e sobrevive da administração dos próprios rendimentos. Em vista disso, entidades do setor defendem que o fundo precisa ser administrado com o maior cuidado possível, para que seus recursos não se esgotem. Em março de 2022, o CDPC aprovou o montante de R\$ 6,05 bilhões para distribuir recursos do fundo na safra de 2022/2023. Estão previstos:

- R\$ 2,17 bilhão para comercialização;
- R\$ 1,57 bilhão para custeio;
- R\$ 1,38 bilhões para a linha de financiamento Aquisição de Café (FAC);
- R\$ 775 milhões para capital de giro;
- R\$ 160 milhões para recuperação de cafezais danificados.



Esses valores chegam aos produtores após uma série de trâmites previstos em lei. Normalmente, a chamada para operação do Funcafé ocorre a partir de junho. A taxa de juros do fundo para a safra de 2022/2023 está limitada a 11%.

Incentivos do Sebrae e comercialização

Outro incentivo à produção de café é o apoio concedido pelo Sebrae. Um exemplo é o cafeicultor paulista **Tuffi Bichara, de Monte Alegre do Sul (SP)**. Ele criou uma marca própria para seu café, abriu canais de venda direta do produto e conseguiu o aumento do valor recebido pelo grão. Outro produtor atendido pelo programa é o mineiro **Mercês Goretti Leite**, que decidiu se dedicar mais à atividade que sua família exerce há mais de 70 anos.

Por meio do programa Sebraetec, ele desenvolveu uma identidade visual, logo e as embalagens dos cafés, dando origem, em 2020, à marca de café Tulha de Minas.

Pelo Sebrae, consultores vão diretamente ao campo ensinando boas práticas de produção e gestão, além de mostrar como encontrar os caminhos mais convenientes para acessar o mercado. O grande benefício é potencializar as vendas no mercado com um produto de alto valor agregado, sem ter que aumentar a área de produção.

Estratégias de comercialização

A cidade mineira de Espera Feliz se destaca na produção de cafés especiais. Algumas estratégias de melhoria na comercialização incluíram: participar do Certifica Minas Café, programa de certificação desenvolvido pela Emater-MG e comercializar o produto diretamente para as cafeterias. [Saiba mais sobre o caso de Espera Feliz em Café Point.](#)

Seja com apoio do Sebrae ou dos certificados, é preciso ter em mente os seguintes tópicos antes de criar sua própria marca de café, ressaltam os especialistas:

- **Criação da marca:** um nome forte, com valor de mercado, é imprescindível.
- **Embalagem:** é preciso escolher o tipo do pacote e estar atento a todos os detalhes para valorizar o produto.
- **Torra:** etapa delicada do processo, requer cuidado e determina o valor final do produto.
- **Legalização:** toda a burocracia para a abertura de uma nova empresa, sendo que a legislação brasileira é uma das mais exigentes do mundo.
- **Venda:** parte essencial do projeto de marca, exige uma pessoa focada em tempo integral para gerar resultados.



Mais dicas

Antes de tudo, pesquise e planeje: é essencial fazer um plano de negócios e definir metas para o público-alvo, desenvolvimento da marca, pontos de venda, torra, enfim, tudo relacionado ao processo de comercialização.

Busque ajuda profissional: o processo de criação de uma marca é complexo e exige uma equipe competente para compensar o investimento. Existem empresas que auxiliam nesse processo de criação da marca, como a [A a Z do Café](#).

Defina seu público: os cafés especiais possuem grande potencial de mercado, pois têm uma característica que é a relação de empatia entre o consumidor e a marca, cujo fator mais importante, além do marketing, consiste na qualidade.

O marketing aqui vem em grande auxílio. Exemplos de marcas de cafés especiais que investiram nisso é a [Quinta São José](#), que além do site de vendas e perfis nas redes sociais para divulgação, possui um blog especialmente voltado ao tema, o que dá à marca mais propriedade no assunto.

Fontes consultadas

Normas para o café. Sebrae. 2013. [O que é café especial?](#). Grão Gourmet. 2016. [Produtor cria marca própria de café e recebe 5 vezes mais por quilo](#). Canal Rural. 2017. [Cafés especiais: o que a embalagem diz sobre o conteúdo?](#). u.Coffee. 2018. [Vale a pena criar da sua marca de café?](#). Revista Attalea Agronegócios. 2019. [Coffee production worldwide in 2020, by leading country](#). Statista. 2020. [Funcafé: entenda como funciona esse auxílio aos produtores](#). Canal Agro. 2020. [Já pensou em ter sua própria marca de café?](#). Portal do Agronegócio. 2021. [Diego Bairros. Dados sobre Café no Brasil: Consumo, Produção e Exportação](#). Review Café. 2022. [Funcafé tem orçamento de R\\$ 6 bilhões aprovado pelo CDPC](#). CNA. 2022. [Plantação de café: técnicas de manejo para o cultivo ideal](#). TMF. Acesso em 2022. [Plantação de café: como melhorar a qualidade](#). Terra de Cultivo. Acesso em 2022. [Produtores de café terão mais de R\\$ 6 bi em crédito neste ano](#). Canal Rural. 2022. [Rótulos nos cafés especiais: o que é preciso informar?](#). Barista Wave. Acesso em 2022.

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA /// AGRICULTURA /// 03 A 05 DE OUTUBRO DE 2022

Especialista Sebrae Agro

Adriano Matos Rodrigues - Sebrae ES

Analista de inteligência

Bruno Cirilo

Coordenação

Douglas Parahyba de Abreu (Sebrae GO)

Victor Rodrigues Ferreira (Sebrae NA)

