

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM
GASTRONOMIA

JULIANA DOMINGOS SOARES
KAROLAYNE MENDONÇA DOS SANTOS
MICHELE KARINA FERREIRA

**CAFÉ BRASILEIRO: A CULTURA DA BEBIDA CAFÉ
E O SURGIMENTO DAS CAFETERIAS**

RECIFE/2021

JULIANA DOMINGOS SOARES
KAROLAYNE MENDONÇA DOS SANTOS
MICHELE KARINA FERREIRA

CAFÉ BRASILEIRO: A CULTURA DA BEBIDA CAFÉ E O SURGIMENTO DAS CAFETERIAS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro
Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para
obtenção do título de tecnólogo em Gastronomia.

Professor Orientador: Professora Nicolle Rodrigues

RECIFE/2021

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

S676c Soares, Juliana Domingos
Café brasileiro: a cultura da bebida café e o surgimento das cafeterias.
/ Juliana Domingos Soares, Karolayne Mendonça dos Santos, Michele
Karina Ferreira. - Recife: O Autor, 2021.
22 p.

Orientador(a): Nicolle Rodrigues.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro – UNIBRA. Tecnólogo em Gastronomia, 2021.

Inclui Referências.

1. Café. 2. Cafeterias. 3. Crescimento. 4. Economia. I. Santos,
Karolayne Mendonça dos. II. Ferreira, Michele Karina. III. Centro
Universitário Brasileiro - UNIBRA. IV. Título.

CDU: 641

*Dedicamos este trabalho a todos aqueles que estiveram
Ao nosso lado em todo este processo e caminhada que tanto
nos fizeram evoluir quer pessoalmente, quer profissionalmente.
Especialmente à Deus e a nossa família que sempre foram
os principais impulsionadores para que nós não desistíssemos
deste objetivo e seguíssemos em frente com todos
os nossos sonhos e aspirações.*

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Deus, por nos permitir saúde e determinação para não desanimar durante a realização deste trabalho, aos nossos amigos e familiares, por todo o apoio e pela ajuda, que muito contribuíram para que continuássemos, a todos que participaram, direta ou indiretamente do desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o nosso processo de aprendizado, aos nossos colegas de turma, por compartilharem conosco tantos momentos de descobertas e aprendizado e por todo o companheirismo ao longo deste percurso.

*“Tudo posso naquele que me Fortalece!”
(FILIPENSES 4:13)*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 OBJETIVOS	12
2.2 Objetivo Geral	12
2.3 Objetivo específico	12
3 JUSTIFICATIVA	12
4 DELINEAMENTO METODOLÓGICO	13
5 RESULTADOS	13
5.1A história do café	13
5.2O café no Brasil e sua relevância	15
5.3 As cafeterias	18
CONCLUSÃO	21
REFERÊNCIAS	22

CAFÉ BRASILEIRO: A CULTURA DA BEBIDA CAFÉ E O SURGIMENTO DAS CAFETERIAS

Juliana Domingos Soares

Karolayne Mendonça dos Santos

Michele Karina Ferreira

Nicolle Rodrigues¹

RESUMO: O café possui um papel significativo para a economia do Brasil e é um dos principais representantes que está constantemente presente na casa do brasileiro. O Brasil é um dos maiores produtores e exportadores mundiais de café, além de ser o segundo consumidor mundial do produto. O café sempre teve grande relevância no Brasil e durante anos uma das maiores riquezas do país, contribuindo demasiadamente para o desenvolvimento agrícola e socioeconômico, tornando-se um fator decisivo para o crescimento de diversas cidades. Tal setor vem em crescente expansão. Partindo desse contexto, o objetivo geral deste trabalho é explicar a importância da cultura da bebida café e o surgimento das cafeterias. Para isso foram realizadas pesquisa bibliográfica e levantamento documental, através de livros, revistas e *sites* especializados. Será descrita a história do café, como o café chegou ao Brasil e sua relevância, além de evidenciar os principais pontos para que a cafeteria tenha sucesso em um mundo altamente competitivo e a tendência e crescimento do setor. O trabalho consiste em demonstrar a explosão de cafeterias existentes no mercado, impactando nos costumes de consumo do café, ou seja, um novo perfil de consumidor passou a surgir cada vez mais exigente. Com isso, as cafeterias devem buscar cada vez mais a inovação com o intuito de buscar mais clientes e se manter nesse mercado cada vez mais acirrado. Para isso, elas devem apostar em serviços e produtos diferenciados, variedade no cardápio, um ambiente requintado e elaborado. Os clientes, cada vez mais exigentes, buscam um produto de qualidade, em contrapartida, os estabelecimentos estão oferecendo cada vez mais um ambiente acolhedor.

Palavras-chave: Café; Cafeterias; Crescimento; Economia.

¹Professor (a) da UNIBRA. Bacharelado em Gastronomia e Nutrição. E-mail para contato: Nicollesqr@hotmail.com.

1 INTRODUÇÃO

Há mais de mil anos, na Etiópia, o café foi descoberto. De acordo com uma das histórias mais aceitas, o pastor Kaldi observou que suas cabras estavam agitadas quando comiam um fruto amarelo/vermelhos de um determinado arbusto, o que seria o cafeeiro. Atualmente, o café é consumido especialmente pela infusão dos grãos das espécies *Coffea arabica* e *C.canephora* (*Rubiaceae*) (OLIVEIRA; OLIVEIRA; MOURA, 2012).

O café é um dos principais representantes que estão constantemente na casa do brasileiro e extremamente importante para a história e o desenvolvimento econômico do país. O Brasil é um dos maiores produtores e exportadores mundiais de café, além de ser o segundo consumidor mundial do produto, tornando justificável o grande valor que ele tem para a economia do país, perdendo apenas para o petróleo. O café vem se reverdecendo constantemente, devido às modificações que a tornam cada vez mais consumida, dando início a um rompimento de barreira, iniciando seu reposicionamento no mercado. Isso se deve ao constante aprimoramento do setor, tornando-se um mercado com potencial cada vez maior (ABIC, 2017).

A FIESP (2020) explica que o café sempre teve grande relevância no Brasil e durante anos uma das maiores riquezas do país, contribuindo demasiadamente para o desenvolvimento agrícola e socioeconômico, tornando-se um fator decisivo para o crescimento de diversas cidades. Tal setor vem em crescente expansão. O consumo de café interno aumentou no ano de 2020 e o consumo per capita é de 5,8kg/pessoa.

Devido a esse cenário, este segmento vem oferecendo uma chance de atuação gigante. Os empreendedores vêm inovando e empregando os recursos disponíveis com criatividade, modificando o local no qual vivem, assumindo todos os riscos e probabilidades, estimulando a máquina capitalista, fornecendo novos bens de consumo, por meio de processos inovadores, identificando e convertendo as oportunidades em valores econômicos, tornando o empreendedorismo fundamental para o desenvolvimento econômico (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Segundo dados levantados através da ABIC, o consumo “fora do lar” cresceu substancialmente, fazendo com que esse tipo de consumidor procurasse um café de qualidade, já que ele é mais cuidadoso à cultura do café, suas procedências e aos

distintos sabores. Com isso, houve vultoso crescimento no consumo de café expresso, sobretudo em cafeterias, auferindo mais atenção por parte dos consumidores. As cafeterias preparam a bebida a partir do café torrado. As receitas são elaboradas, lembrando os atributos do café de forma inusitada. Para isso, a escolha do tipo de café usado é dominante, pois algumas de suas peculiaridades como tipo de grão, aroma e sua torra, podem influenciar diretamente no sabor (ABIC, 2019).

As grandes cidades vêm atraindo cada vez mais as novas cafeterias que servem seus cafés especiais, podendo ser consumidos nas lojas, os quais são proporcionados por baristas ou levados para serem consumidos em casa, fazendo com que o estabelecimento possua uma versatilidade incontestável. O espaço acolhedor e a variedade de produtos têm atraído cada vez mais o público. Essa relação entre os consumidores e as cafeterias vem crescendo substancialmente. Os clientes, cada vez mais exigentes, buscam um produto de qualidade, em contrapartida, os estabelecimentos estão oferecendo cada vez mais um ambiente acolhedor (ÁVILA, 2006).

De acordo com a EMBRAPA (2019), nos dias de hoje, há cerca de 1.500 cafeterias no país, cuja atividade vem crescendo uma média de 10% ao ano e que o número de lojas no Brasil tem potencial para crescer 20% anualmente. Os consumidores gostam bastante de tomar café em um local agradável, tornando-se um hábito mundial, se multiplicando cada vez mais esse ramo de negócio.

As cafeterias chegaram devagar, ganharam espaços e conquistaram os brasileiros. As cafeterias chegaram para ficar, firmando-se no mercado, tornando-se uma boa opção de negócio. Lógico que muito se deve ao hábito de consumo do produto, já que a maioria dos brasileiros ama a bebida. A grande sedução das cafeterias é ser um espaço libertador, podendo simplesmente saborear uma xícara de café, até mesmo fazer uma refeição sem pressa, encontro com amigos, tornando-se um espaço aconchegante, que permita se sentir bem (NUTRINEWS, 2005).

2 OBJETIVOS

2.2 OBJETIVO GERAL

Abordar a história do café.

2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Descrever sobre a história do café;

Apresentar o café no Brasil e sua relevância;

Evidenciar os principais pontos para que a cafeteria tenha sucesso em um mundo altamente competitivo e a tendência e crescimento do setor.

3 JUSTIFICATIVA

A escolha deste objeto de pesquisa deve-se ao fato de que a história socioeconômica do Brasil está absolutamente ligada com a cafeicultura, já que o café se tornou o principal produto, no século XX, no cenário do agronegócio, passando por relevantes mudanças, tanto estruturais, quanto geográficas, porém, mantendo permanentemente sua importância para o desenvolvimento social e econômico. O Brasil é o maior produtor e exportador mundial de café, ocupando o lugar de segundo maior consumidor, ficando atrás apenas dos EUA.

Outro ponto decisivo para a escolha do tema é que várias pesquisas destacam como o café é parte essencial da vida do brasileiro, tornando-se o terceiro alimento mais consumido no Brasil, perdendo apenas para o arroz e o feijão e que vem crescendo substancialmente, fazendo com que o café seja a bebida mais consumida pelos brasileiros, perdendo somente para a água. Como o café está constantemente presente no dia a dia, ele passou a ser cada vez mais incorporado na gastronomia do país.

Em suma, pode-se perceber que por muito tempo o rumo econômico brasileiro esteve ligado à cafeicultura, colaborando para o desenvolvimento econômico do país. Desse modo, o presente trabalho se justifica por demonstrar e analisar os efeitos da produção do café na economia brasileira e como as cafeterias surgiram com o intuito de fazer esse mercado se expandir cada vez mais.

4 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

A Metodologia é o tópico do projeto que deve responder às seguintes questões: Onde? Quanto? Como? Com quê? (LAKATOS; MARCONI, 2003). A presente pesquisa é classificada como descritiva, que visa descrever algo, sendo realizada uma análise esmiuçada e descritiva do objeto de estudo e bibliográfica, já que retrata o estudo organizado desenvolvido tomando como base livros, revistas, artigos e todo material acessível ao público em geral (VERGARA, 2016).

A pesquisa bibliográfica orientará a confecção do capítulo 5 e seus tópicos, nos quais será realizado um aprofundamento teórico sobre a história do café, o café no Brasil e sua relevância e os principais pontos para que a cafeteria tenha sucesso em um mundo altamente competitivo e a tendência e crescimento do setor. Por meio de tal pesquisa será realizado o estudo e conhecimento das contribuições teóricas já existentes sobre o assunto (MARTINS, 2002).

5 RESULTADOS

5.1 A história do café

Muitos mitos e lendas cercam a origem do café, ou seja, não há clareza sobre sua descoberta. A Associação Brasileira da Indústria de Café explica em seu *site* oficial a história que lhe parece mais aceita:

“Uma das histórias mais aceitas e divulgadas é a do pastor Kaldi, que viveu na Absínia, hoje Etiópia, há cerca de mil anos. Ela conta que Kaldi, observando suas cabras, notou que elas ficavam alegres e saltitantes e que esta energia extra se evidenciava sempre que mastigavam os frutos de coloração amarelo avermelhada dos arbustos existentes em alguns campos de pastoreio. O pastor notou que as frutas eram fonte de alegria e motivação, e somente com a ajuda delas o rebanho conseguia caminhar por vários quilômetros por subidas infundáveis. Kaldi comentou sobre o comportamento dos animais a um monge da região, que decidiu experimentar o poder dos frutos. O monge apanhou um pouco das frutas e levou consigo até o monastério. Ele começou a utilizar os frutos na forma de infusão, percebendo que a bebida o ajudava a resistir ao sono enquanto orava ou em suas longas horas de leitura do breviário. Esta descoberta se espalhou rapidamente entre os monastérios, criando uma demanda pela bebida. As evidências mostram que o café foi

cultivado pela primeira vez em monastérios islâmicos no Yemen (ABIC, 2009, p.1)".

Alguns manuscritos mencionam, no ano de 575, a cultura do café no Yemen, que era consumido *in natura*. Foi no século XV, na Pérsia, que os primeiros grãos foram torrados para fazer a bebida. No início, a fruta fresca do café era utilizada, durante as viagens como estimulante pelos rebanhos. O café era muito importante para os Árabes. A importância era tanta que havia um rígido controle desde o cultivo até o preparo da bebida. Os imigrantes não podiam se aproximar dos cafezais, as sementes não podiam ser removidas do país (ABIC, 2009).

De um modo geral, acredita-se que a planta (*Rubiaceae*, do gênero *Coffea*) é oriunda da área central da África, a Etiópia. Tal dado não possui constatação histórica, porém, sabe-se que a Arábia foi a principal propagadora da cultura cafeeira e utilizava o nome *gahwa*, cuja definição é vinho. Deste modo, ao chegar à Europa, no século XIV, o café começou a ser conhecido como "vinho da Arábia". Sua preparação consistia em ferver a semente do café e era servida como se fosse um chá que tinha um sabor delicioso, além de ser exótica como as drogas do Oriente, equiparando-se a uma especiaria, tornando-se uma bebida rara, apreciada e muito cobiçada, ficando conhecido também como "licor do Oriente". Foram os holandeses que acabaram com o monopólio da Arábia (BARTH, 2008).

Os holandeses obtiveram algumas mudas e conseguiram realizar o cultivo em estufas do jardim botânico de Amsterdã, colaborando para que o café passasse a fazer parte dos hábitos europeus. Nesta esteira, a Indonésia adotou os passos dos holandeses e começaram a realizar o cultivo da planta, a partir do ano de 1615, preenchendo as necessidades da Europa. O Suriname, por volta do ano de 1718, iniciou o plantio de café, seguido pela Guiana Francesa e Brasil. A partir de 1825 o Brasil passa a destacar-se como um dos maiores produtores de café da América do Norte e América do Sul (FELIPE; DUARTE, 2008).

O clima no Brasil foi muito favorável para o cultivo do café, fazendo com que sua produção se espalhasse em passo acelerado, sobrevivendo do Pará para os outros Estados brasileiros, tornando-se a fundamental riqueza do comércio nacional e que por quase um século apressou o desenvolvimento do Brasil, desde o período colonial e ainda possui importância até os dias de hoje (BARTH, 2008).

Não obstante, vale salientar que esse desenvolvimento cafeeiro precisou de uma quantidade substancial de mão de obra, fazendo com que esse período

histórico seja uma vergonha já que os fazendeiros empregaram escravos nas plantações. Por isso, o Brasil, no início do século XVII, atravessou por crises, especialmente a crise da mão de obra escrava, tornando as décadas iniciais após a Independência teve um crescimento econômico indiferente. Contudo, começaram a surgir pequenas indústrias, porém sem perspectiva de expansão devido ao mercado que se encontrava limitado. Juntamente a esse cenário, os níveis mais baixos de renda não admitiam investimentos e poupanças (BUESCU, 2011).

Buescu (2011) ainda explica que o mercado interno não conseguia acumular os resíduos, fazendo com que a produção primária ampliasse, já que demandava um capital mais baixo e elementos de produção, tais como a mão de obra e a terra, a custo menor, e ainda produzia um produto de ampla aceitação no mercado internacional, o café. A partir daí, na década de 1830, dá-se início ao chamando “ciclo do café”, fazendo com que o café assumisse a liderança das exportações, estabelecendo-se como um setor decisivo da economia gerando renda e crescimento. Antes de chegar a esse ponto, é imprescindível saber como o café chegou ao Brasil, tornando-se um produto tão relevante para a economia brasileira.

5.2 O café no Brasil sua relevância

No Brasil, o café chegou em 1727, trazido pelo sargento Francisco de Mello Palheta. João da Maia Gama, governador do Maranhão, foi quem teria enviado Palheta à Guiana Francesa, em missão oficial com a finalidade de solucionar discordâncias sobre a demarcação de fronteiras, além de uma missão oficial que seria obter algumas sementes do fruto cujo valor comercial era elevado. Conta a história, que Palheta conquistou a simpatia da esposa do governador da Guiana, que lhe deu de presente umas poucas sementes e cinco mudas de café. Em Belém do Pará, estas mudas e sementes foram cultivadas, espalhando-se para o Maranhão e outros estados do nordeste (MATIELLO, 2002).

Com isso, pode-se entender que a entrada do café no Brasil se deu através de traficância, trazida escondida na bagagem do brasileiro. O café adaptou-se bem às condições climáticas espalhando-se rapidamente, sendo seu uso voltado para o consumo local, tornando-se, em curto espaço de tempo, a base da economia brasileira (ABIC, 2009). Matiello (2002) explica que a partir do Nordeste, o café seguiu sentido o sul do país, chegando ao Rio de Janeiro no ano de 1774, se

desenvolvendo na proteção da Serra do Mar, com rumo em direção ao Vale do Paraíba, no qual chegou em 1825, seguindo para São Paulo e Minas Gerais, dando sequência a sua expansão.

Vale salientar, que no decorrer desse período de disseminação, o café não era considerado uma atividade econômica, já que se plantava café nos quintais das casas, com a finalidade doméstica para a classe social mais rica, já que a maior parte da população não consumia o café. A partir daí, em meados de 1820, o café passou a ser o principal produto para exportação. Neste momento a economia brasileira passava por dificuldades em razão do declínio dos produtos açucareiros, da pecuária e das minas (MATIELLO, 2002).

No final do século XVIII, O Brasil se aproveitou do fato de que o Haiti, que na época era o principal exportador, devido à longa guerra por independência que travara com a França, entrou em crise e elevou substancialmente a produção de café, passando a exportar com maior regularidade. Os primeiros embarques ocorreram em 1779, todavia, apenas em 1806 estas exportações alcançaram volumes de maior significância (MATIELLO *et al.*, 2002). Entre o período de 1830-1840, a produção do café respondia por mais de 40% do valor das exportações no Brasil, tornando-o em 1840 o maior produtor mundial de café (SOARES, 2007, p. 1). Furtado (2016, p. 168) reitera que:

“O café, se bem que tivesse sido introduzido no Brasil desde o começo do século XVIII e se cultivasse para toda parte para fins de consumo local, assume importância comercial no fim desse século, quando ocorre a alta de preços causada desorganização do grande produtor que era a colônia francesa do Haiti”.

Com isso, as plantações caíram na graça dos americanos e europeus, tornando-se o principal produto exportado pelo país. Outro ponto que colaborou para que o café crescesse foi a queda nas exportações do açúcar, algodão e cacau (FURTADO, 2016).

No Brasil, o café se destacou tanto por sua importância econômica, quanto por sua importância social (MAPA, 2020; MATIELLO *et al.*, 2002). A cafeicultura é a atividade agrícola que mais gera empregos no Brasil representando um acentuado fator de distribuição de renda. Em 1995, estavam empregados na atividade do agronegócio café, mais de três milhões de pessoas, ou

seja, cerca de 6% da população economicamente ativa (TRISTÃO, 1995 *apud* FONSECA *et al*, 2002). Nos dias atuais, passa de oito milhões, trazendo além da renda, saúde e educação para os trabalhadores e suas famílias (MAPA, 2020).

Desde o império até os dias atuais, devido a sua rápida adequação ao solo e clima, o café adquiriu importância no mercado, transformando-se em um dos principais itens de exportação. No início, restrita aos Estados do Maranhão e Pará, a produção de café se expandiu e, nos dias de hoje, são 15 Estados produtores, com destaque para Bahia, Paraná, Espírito Santo, Minas Gerais, São Paulo e Rondônia (MATIELLO *et al*, 2002).

A história econômica do Brasil possui uma apertada conexão com o desenvolvimento da cafeicultura, tamanha sua importância, que chegou a representar 80% das exportações brasileiras (CAIXETA, 1999). Já em relação ao contexto histórico, o “ciclo do café” colaborou com parte principal da geração de *superávits* comerciais, propiciando o início da industrialização brasileira, deixando de herança amplos mercados interno e externo. Nessa perspectiva, o setor cafeeiro brasileiro possui uma área produtiva, diversa e complexa, com uma produção em larga escala, porém sua competitividade deve-se, a sua liderança no processo de desenvolvimento tecnológico, entre outros fatores (MATIELLO *et al*, 2002).

Matiello (2002) explica que, entre os anos de 1800 e 1975, o café teve sua importância no desenvolvimento do Brasil, sendo o elemento central do crescimento econômico do centro-sul do país. É evidente a contribuição gigante que trouxe à nação, colaborando para a formação de respeitáveis cidades como Ribeirão Preto, Santos, Campinas, São Paulo, Rio de Janeiro, e tantas outras. Segundo o IBGE (2014), entre as culturas permanentes, segundo o último relatório emitido em 2011, o café é a principal cultura em área plantada e receita no Brasil.

Devido a esse alto consumo começou a surgir espaços planejados e agradáveis, transformando um simples ato de tomar um café, em um experimento prazeroso gastronômico. A partir daí surgiram as cafeterias, locais que começaram a fazer parte do panorama das cidades brasileiras e o costume de frequentar tais estabelecimentos vêm ganhando cada vez mais seguidores. No tópico a seguir será explicado um pouco a história das cafeterias e como elas estão cada vez mais se especializando e tornando-se um ambiente cada vez mais agradável.

5.3 As cafeterias

As primeiras cafeterias surgiram em Meca, versadas como *KavehKanes*. Meca era um centro religioso para meditação e reza, e a religião muçulmana proibia o consumo de qualquer tipo de bebida alcoólica. Desse modo, as cafeterias se transformaram em locais os quais eram possíveis passar à tarde ouvindo música, conversando e bebendo café, conquistando Constantinopla, Síria e demais regiões próximas. As cafeterias tornaram-se reconhecidas no Oriente pelo seu luxo e grandeza e pelos encontros entre comerciantes, para a discussão de negócios ou reuniões de lazer (ÁVILA,2006).

A partir de 1615, o café conquistou decididamente a Europa, trazido dos países árabes por comerciantes italianos. O costume de tomar o café, sobretudo em Veneza, estava coligado aos encontros sociais e à música que ocorriam. Em 1687 os turcos largaram várias sacas de café às portas de Viena, após uma experiência frustrada de conquista, e estas foram utilizadas como prêmio pela vitória. Com isso, a primeira *coffeehouse* de Viena é aberto e disseminado o hábito de coar a bebida e bebê-la adoçada com leite, o reconhecido café vienense (NUTRINEWS,2000).

Em pouco tempo, as cidades europeias começaram a ganhar cafeterias em larga escala, nas quais se reuniam filósofos, escritores e artistas em torno da bebida café em suas diversas preparações. A partir daí, o café encontrou seu verdadeiro sentido: o sabor e aroma do líquido escuro, sugado em pequenos goles, têm a habilidade de reunir as pessoas e, mesmo que por poucos minutos, instaurar o silêncio e fazer refletir (PRADO, 2006).

Até hoje as cafeterias são locais os quais as pessoas se reúnem para discutir assuntos importantes ou meramente passar o tempo, a cerimônia do cafezinho é uma tradição que resistiu a todas as alterações. Ultimamente, houve uma onda gerada pelas modernas máquinas de café expresso, que insurgiram o hábito do cafezinho, admitindo um crescimento vertiginoso das cadeias de lojas de café (ÁVILA, 2006).

Ávila (2006) explica que em cada parte do mundo, as cafeterias representam uma forma distinta de expressão e de convívio com a bebida. Em Nova York, o acompanhamento do café é o trabalho. Ao contrário de tempos atrás, em que o café americano era reconhecidamente sem gosto e aguado, hoje, as cafeterias oferecem grãos de toda parte do mundo. Com isso, houve uma explosão de cafeterias

existentes no mercado, impactando nos costumes de consumo do café, ou seja, um novo perfil de consumidor passou a surgir cada vez mais exigente e descobrindo todas as qualidades que o diferencia de outras bebidas, como a acidez, o corpo e aroma (PRADO, 2006).

A partir daí, o café torrado e moído inicia o rompimento de um obstáculo histórico, iniciando sua recolocação no mercado, devido ao incansável aprimoramento do setor. Por meio das investigações, nota-se que o mercado sempre teve um potencial gigante, entretanto necessita ser muito bem trabalhado. O que está acontecendo nos dias de hoje é que as grandes metrópoles começaram a atrair novas cafeterias que servem seus cafés, frequentemente de marca própria que podem ser servidos nas lojas ou levados para casa, moídos ou em grão (AZEVEDO, 2001).

As cafeterias, de acordo com as pesquisas, formam uma atividade que vem em constante crescimento, uma média de 10% ao ano e o número de lojas no Brasil tem potencialidade para crescer 20% todos os anos (IBGE, 2017). Essa relação entre consumidores e cafeterias vem se tornando cada vez mais forte. Os consumidores estão exigindo cada vez mais um café de qualidade, em contrapartida as cafeterias proporcionam um ambiente acolhedor e de alento. Já os proprietários buscam constantemente aperfeiçoar o paladar dos clientes, oferecendo-lhes a maneira de como saborear um bom café (SIROBABA, 2003).

Portanto, as cafeterias devem buscar cada vez mais a inovação com o intuito de buscar mais clientes e se manter nesse mercado cada vez mais acirrado. Para isso, elas devem apostar em serviços e produtos diferenciados, variedade no cardápio, um ambiente requintado e elaborado (BERNARDES, 2009). Elementos como atmosfera, decoração, cheiros, disposição dos clientes, luminosidade, sons são alguns estímulos que entusiasmam a conduta do consumidor (TONTINI; SANT'ANA, 2008).

O atendimento é outro ponto importantíssimo. A hospitalidade reunida à boa prestação do serviço dos funcionários proporciona um ambiente agradável e amigável. Um desses funcionários que são essenciais e especializados em café é o barista, o *expert* no preparo do café, o que possui um alto nível de conhecimento. Ademais, ele é o responsável pela criação das mais distintas receitas a base de café, trazendo sempre um paladar e um experimento único. Além da sua habilidade e do seu conhecimento, ele também é fundamental no relacionamento com o

consumidor, já que ele é o responsável pela relação com o cliente antes e depois do pedido, ajudando-o na escolha e na apreciação da bebida (ALENCAR, 2009).

O mais importante de todos os elementos essenciais em uma cafeteria é o café, o qual possui uma grande variedade de conceitos, como cor, tamanho, origem, variedades, aroma e corpo. Além disso, há ainda os aspectos sensoriais, tais como a qualidade dos grãos, com o objetivo de buscar o equilíbrio entre aroma e sabor, visando à garantia de um sabor delicioso, atendendo a escolha dos clientes (LEÃO, 2010).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho foi possível demonstrar a importância do café na economia brasileira. Por meio de uma análise bibliográfica ficou constatado que a produção e o consumo do café estão arraigados na cultura brasileira e mundial. No Brasil, o café se destacou tanto por sua importância econômica, quanto por sua importância social. A cafeicultura é a atividade agrícola que mais gera empregos no Brasil representando um acentuado fator de distribuição de renda. Nesta investigação o principal objetivo foi explicar a importância do café e o surgimento das cafeterias. Para responder o objetivo principal, foram elaborados objetivos específicos; o primeiro foi a descrição da história do café, o segundo foi como o café chegou ao Brasil e sua relevância e o terceiro foi evidenciar os principais pontos para que a cafeteria tenha sucesso em um mundo altamente competitivo e a tendência e crescimento do setor.

Devido a esse alto consumo começou a surgir espaços planejados e agradáveis, transformando um simples ato de tomar um café, em um experimento prazeroso gastronômico. A partir desse contexto, surgiram às cafeterias, locais que começaram a fazer parte do panorama das cidades brasileiras e o costume de frequentar tais estabelecimentos vêm ganhando cada vez mais seguidores. Com isso, pode-se perceber que houve um aumento de cafeterias existentes no mercado, impactando nos costumes de consumo do café, ou seja, um novo perfil de consumidor passou a surgir cada vez mais exigente e descobrindo todas as qualidades que o diferencia de outras bebidas.

Portanto, as cafeterias devem buscar cada vez mais a inovação com o intuito de buscar mais clientes e se manter nesse mercado cada vez mais acirrado. Para isso, elas devem apostar em serviços e produtos diferenciados, variedade no cardápio, um ambiente requintado e elaborado. Assim sendo, entende-se que o estudo sobre o café tem grande relevância, já que, é o produto agrícola mais exportado e uma das bebidas mais consumidas pelos brasileiros.

O tema abordado não deve se esgotar aqui é imprescindível dar continuidade para aprimorar o valor que o café tem para a economia, tornando-se uma fonte de estudo para os alunos da gastronomia.

REFERÊNCIAS

ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café. **Indicadores da Indústria de café no Brasil**. Disponível em: <<http://abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2017>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café. **Exportação**: Brasil e café tem tudo a ver. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/exportacao.html>. Acesso em: 15 abr. 2021.

ALENCAR, P.M. (2009). **Quem prepara seu café?** PortalEspresso, 25. ed, set./out. 2009. Disponível em: <<http://revistaespresso.uol.com.br/Edicoes/25/quem-prepara-seu-cafe-uma-xicara-de-espresso-perfeita-150282-1.asp>>. Acesso em: 20 abr. 2021.

ÁVILA, V. **Café expresso**: a bebida que aquece o mercado e o coração brasileiro; Cozinha Profissional. São Paulo: Abril/Maio 2006;

AZEVEDO, João Humberto de. **Cafeteria**. Porto Alegre: Sebrae/RS, 2001.

BARTH, G. M. P. **Arte e Matemática, subsídios para uma discussão interdisciplinar por meio das obras de M. C. Escher**. Dissertação (Mestrado) - UFPR, Curitiba, 2008.

BERNARDES, E. S. (2009). **Atemporal ou simples modismo?** Food Service News, jan. 2009. Disponível em: <http://www.foodservicenews.com.br/materia.php?id=283>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

BUESCU, Mircea. **História econômica do Brasil** - Antonio Paim (organizador), CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO DO PENSAMENTO BRASILEIRO (CDPB), 2011

CAIXETA, G. Z. T. **Economia Cafeeira, Mercado de Café, Tendências e Perspectivas**. In: I ENCONTRO SOBRE PRODUÇÃO DE CAFÉ COM QUALIDADE, 1., 1999, Viçosa, MG. I Encontro sobre Produção de Café com Qualidade – Livro de Palestras. Viçosa, MG: UFV, Departamento de Fitopatologia, 1999.

CECAFE – CONSELHO DOS EXPORTADORES DE CAFÉ DO BRASIL. Disponível em: <http://www.cecafe.com.br>. Acesso em: 23 mar. 2021.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. **A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo**. Curitiba, 2011.

EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária). **Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café**. Disponível em: <http://www22.sede.embrapa.br/cafe/outros/cafeesaude.htm>. Acesso em: 30 mar. 2021.

FELIPE, C. R. P; DUARTE, J. B. **Conjuntura do Comércio Internacional de Café**. Revista Anhangüera v.9 n.1 jan./dez. p.9-36 2008.

FIESP. **Produção de café no Brasil**. Disponível em: <https://summitagro.estadao.com.br/noticias-do-campo/producao-cafe-brasil-crescer-2029/>. Acesso em: 29 mar. 2021.

FONSECA, A. F. A. DA.; FERRÃO, M. A. G.; FERRÃO, R. G. A **Cultura do Café Robusta**. In: I SIMPÓSIO DE PESQUISA DOS CAFÉS DO BRASIL, 1. , 2000, Poços de Caldas. I Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil –Palestras. Brasília: Embrapa Café, 2002.

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 2016.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Levantamento Sistemático da Produção Agrícola**. Disponível em: www.ibge.gov.br/Producao_Agricola_Agricola. Acesso em: 17 mar.2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Produção Agrícola Municipal 2011**. Disponível em:<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia>. Acesso em: 19mar. 2021.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1992.

LEÃO, Everson de Almeida. **A produção de cafés especiais no Brasil e a emergência de novos padrões de competitividade**. Dissertação (Mestrado em Ciências Econômicas) Universidade Federal do Paraná: Curitiba, 2010.

MAPA.**Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/vegetal/culturas/cafe/saiba-mais>>. Acesso em: 17 mar. 2021.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. São Paulo: Atlas, 2002.

MATIELLO, J. B.; SANTINATO, R.; GARCIA, A.W.R.; ALMEIDA, S.R.;FERNANDES, D.R. **Cultura de Café no Brasil**. Rio de Janeiro:MAPA/PROCAFÉ, 2002.

NUTRINEWS. **Cafeterias**:A Reconquista do Consumidor Brasileiro. Disponível em: <http://www.nutrinews.com.br/edicoes>.Acesso em: 19 mar.2021

NUTRINEWS.**Cafeterias**: OsNovosEspaços.Disponível em□<http://www.nutrinews.com.br/edições>.Acesso em: 19 mar.2021

OLIVEIRA,P.;OLIVEIRA,L.C.;MOURA,C.S.F.T. **Cultura de Café**:histórico,classificação botânica e fases de crescimento. Revista Faculdade Montes belos, v. 5,n.4, PP.17-32. Acesso em: 22 mar. 2021.

PRADO JUNIOR, Caio. **História Econômica do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SIROBABA, Natalia Liese Solano. **Estudo de Viabilidade da Cafeteria Mixing People**. SENAC/SP/2005.Arapiraca. Disponível em:www.genesis.puc-rio.br. Acesso em: 02 jun. 2021.

SOARES, M. D. A. **Cafeicultores e lavradores de roças de alimentos na transição do trabalho escravo ao livre** (Campinas, 1850-1888). Am. Lat. Hist.Econ, México, n. 27, jun. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.org.mx/scielo>. Acesso em: 25 mar. 2021.

TONTINI, G., SANT'ANA, A. J. (2008). **Interação de atributos atrativos e obrigatórios de um serviço na satisfação do cliente**. Produção, São Paulo, v. 18, n. 1.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2016.

VILELA, P. S.; RUFINO, J. L. S. (Org.) **Caracterização da cafeicultura de montanha de Minas Gerais**. Disponível em: http://www.inaes.org.br/publica/Livro_cafeicultura_de_montanha.pdf. Acesso em: 05 mar. 2021.