

PESQUISA

**EVOLUÇÃO DOS HÁBITOS
E PREFERÊNCIAS DOS
CONSUMIDORES DE CAFÉ NO
BRASIL, ENTRE 2019 E 2025.**

ABIC

SETEMBRO/2025



Instituto Axxus

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa faz parte de uma série recorrente, realizada nos anos de 2019, 2021, 2023 e 2025, sempre com o objetivo de acompanhar a evolução dos hábitos e comportamentos dos consumidores de café no Brasil.

Esperamos que essas informações sejam úteis e proporcionem melhorias não só aos envolvidos nessa cadeia produtiva, mas também aos consumidores de café.

Prof. Rodnei Domingues

OBJETIVOS

- Conhecer as percepções, opiniões, preferências e objeções dos consumidores em relação ao consumo do café.
- Saber como e quando o café está presente no dia a dia dos consumidores.
- Identificar as mudanças nos hábitos de compra e de consumo nos últimos 6 anos.

Observação: a coleta abrange o consumo no lar e fora do lar, mas não inclui licitações, hospitais, presídios e 100% do HoReCa.



AMOSTRA

Nível de confiança
99%

Margem de Erro
2%

A amostra de 4.200 pessoas entrevistadas, foi dividida:

- Por gênero: 1.890 homens (45%) e 2.310 mulheres (55%).
- Por classe social (renda familiar mensal):

Classe	%	Entrevistados	Renda R\$
A	2,8	118	Acima de 22.000
B	13,2	554	De 7.100 a 21.990
C	33,3	1.398	De 2.900 a 7.099
D + E	50,7	2.130	Até 2.899

População: 203 milhões de habitantes (censo 2022)

AMOSTRA

Por faixa etária:

- 21% - Até 14 anos
- 16% - Entre 15 e 24 anos
- 24% - Entre 25 e 39 anos
- 20% - Entre 40 e 54 anos
- 13% - Entre 55 e 69 anos
- 06% - Acima de 70 anos

Por região geográfica:

- 18% - Região Sul
- 52% - Região Sudeste
- 10% - Região Centro Oeste
- 13% - Região Nordeste
- 07% - Região Norte



COLETA DE INFORMAÇÕES

- 180 entrevistadores, alunos de mestrado ou doutorado das melhores universidades do Brasil, experientes em pesquisas qualitativas.
- Entrevistas presenciais com utilização de APP (questionário, áudio)
- 26 supervisores regionais (consultores ou professores com experiência em pesquisas qualitativas e investigativas)
- Utilização do Sistema e da Plataforma de Pesquisa do Instituto Axxus.



RESULTADOS

CONSUMO DIÁRIO DE CAFÉ

CONSUMO DIÁRIO	2019	2021	2023	2025
Mais de 6 xícaras	29%	30%	29%	26%
Entre 3 e 5 xícaras	44%	45%	46%	44%
Até 2 xícaras	8%	10%	10%	14%
Até 1 xícara	11%	12%	11%	12%
Não consomem	8%	3%	3%	4%

Xícaras de 50 ml

Amostra: 4.200

Redução de 5%, em comparação a 2023, no percentual dos que consomem mais de 3 xícaras por dia.





Os resultados dos próximos slides, relacionados ao consumo, foram obtidos com as respostas dos 4.032 entrevistados que consomem café.

HORÁRIOS DO CONSUMO DE CAFÉ

2019	2021	2023	2025	HORÁRIOS
97%	98%	97%	96%	Ao acordar
88%	89%	88%	87%	Durante a manhã
78%	79%	77%	76%	Após o almoço
61%	64%	62%	61%	Durante a tarde
36%	38%	34%	31%	À noite

Foi possível escolher + de 1 alternativa

Amostra: 4.032

Sem alterações significativas.



MANHÃ



TARDE



NOITE

MOTIVAÇÕES PARA TOMAR CAFÉ



Imagem de garestvisual no Feepik

2019	2021	2023	2025	SIGNIFICADOS/MOTIVAÇÕES
56%	57%	61%	63%	Melhorar o humor e a disposição
37%	39%	40%	42%	Ritual, prazer e bem estar
2%	37%	24%	22%	Momento para pausa, reflexão e paz
4%	3%	8%	12%	Degustar e saborear a bebida
42%	3%	35%	33%	Oportunidade de Interação com pessoas

Foi possível escolher + de 1 alternativa

Amostra: 4.032

Crescimento de 4% na motivação de degustar e saborear o café.

LOCAL ONDE O CAFÉ É MAIS CONSUMIDO

2019	2021	2023	2025	LOCAL ONDE MAIS CONSOMEM
2º	1º	2º	2º	Em casa
4º	2º	4º	4º	Na casa de parentes e amigos
1º	3º	1º	1º	No trabalho
3º	4º	3º	3º	Nas cafeterias, bares e restaurantes

Amostra: 4.032

Os resultados permaneceram estáveis.



EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE CAFÉ



2019	2021	2023	2025	EVOLUÇÃO DO CONSUMO
36%	49%	16%	2%	Aumentaram o consumo
57%	46%	81%	74%	Mantiveram o consumo
7%	5%	3%	24%	Reduziram o consumo

Amostra: 4.032

**24% declararam que reduziram o consumo.
Variação significativa em relação à média histórica.**

FORMAS DE PREPARO

2019	2021	2023	2025	FORMAS DE PREPARO
58%	59%	55%	52%	Coador de pano
26%	42%	32%	35%	Cafeteira elétrica com coador papel
34%	35%	33%	34%	Coador de papel
7%	13%	9%	11%	Cafeteira Italiana ou Moka
16%	11%	17%	18%	Máquina de sachê ou cápsula
45%	9%	38%	29%	Espresso de máquina
5%	6%	4%	3%	Cafeteira prensa francesa
3%	6%	5%	7%	Solúvel
1%	1%	3%	3%	Outros
Não apurado			2%	Dripcoffee

Foi possível responder até 2 formas

Amostra: 4.032

**Redução significativa no expresso de máquina.
As demais formas permaneceram estáveis.**



COMO TOMAM?

2023	2025	Mais citados
8%	11%	Puro sem adoçar
52%	50%	Puro com açúcar
44%	43%	Puro com adoçante
4%	3%	Com leite sem adoçar
55%	54%	Com leite e açúcar
43%	46%	Com leite e adoçante
12%	14%	Quente com outros ingredientes
7%	9%	Gelado com outros ingredientes
4%	5%	Outras formas

Foi possível dar + de 1 resposta

Amostra: 4.032

**Redução significativa no expresso de máquina.
As demais formas permaneceram estáveis.**



CRITÉRIOS DE ESCOLHA



2019	2021	2023	2025	CRITÉRIOS
31%	39%	43%	22%	Entre as marcas que preferem, escolhem a de menor preço
7%	21%	16%	39%	Compram a mais barata
21%	15%	18%	11%	Entre as marcas que preferem, compram qualquer uma.
26%	12%	15%	13%	Compram a marca que preferem, independente do preço.
6%	11%	4%	13%	Só compram o produto que está em promoção
3%	1%	2%	1%	Não tem critério
6%	1%	2%	1%	Não souberam responder

Amostra: 4.032

O foco no melhor preço predominou nas respostas.

PREFERÊNCIAS POR ESTILOS DE CAFÉ

Sabem a diferença entre os estilos de café?

Tradicional, extraforte, superior, gourmet e especial

48%	Não sabem a diferença
33%	Sabem parcialmente
19%	Sabem totalmente

4032 entrevistados



Qual gosta?	Estilo	Qual Compra?
18%	Especial	11%
21%	Extraforte	23%
21%	Gourmet	14%
15%	Superior	13%
20%	Tradicional	32%
5%	Outro	7%

Respostas de 2096 entrevistados

41% gostam e 55% compram os estilos Extraforte e tradicional

ONDE + COMPRAM CAFÉ

Local	2023	2025
Supermercado	62,60%	63,10%
Atacarejo	24,60%	28,20%
Pequeno Varejista	6,40%	2,20%
Cafeterias	3,00%	0,40%
Site Fabricante	1,00%	1,10%
Marketplace	0,80%	3,50%
Clubes de Café	0,50%	0,60%
Outros	1,10%	0,90%

Amostra: 4.032

Aumento das compras nos atacarejos e redução nos pequenos varejistas.



PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO

Fontes	2023	2025
Nenhuma (específica)	63,20%	64,30%
Imprensa Tradicional	23,20%	18,20%
YouTube	8,60%	13,20%
Redes sociais	2,50%	1,90%
Sites especializados	0,60%	0,90%
Familiares e amigos	-	0,70%
Outras	1,90%	0,80%

Amostra: 4.032

Aumento de 4,6% no canal YouTube



SELO DE QUALIDADE ABIC

COMPARANDO OS PRODUTOS COM E SEM SELO	2021	2023	2025
Acreditam que o produto com selo é melhor	81%	86%	87%
Acreditam que não há diferença	5%	4%	3%
Desconhecem o selo, nunca repararam.	8%	6%	7%
Não souberam responder	6%	4%	3%

Amostra: 4.032

O selo ABIC continua sendo percebido como indicador de Qualidade.



FREQUÊNCIA ÀS CAFETERIAS



2019	2021	2023	2025	FREQUÊNCIA
48%	9%	51%	39%	Frequentam cafeterias
52%	91%	49%	61%	Não frequentam

Amostra: 4.032

Redução significativa dos que frequentam cafeterias em 2025

Principais motivações apontadas para ir às cafeterias:

- 1º A possibilidade de interagir com as pessoas
- 2º Qualidade do café
- 3º O ambiente agradável e relaxante

Principais motivações apontadas para não ir as cafeterias:

- 1º Mau atendimento
- 2º Preços elevados
- 3º Má qualidade do café

EQUIPE TÉCNICA

1 Coordenador, 2 pesquisadores, 1 estatístico, 26 supervisores regionais e 180 entrevistadores*

*Alunos de mestrado e doutorado, das Universidades abaixo mencionadas, com experiência em pesquisa investigativa.



CRÉDITOS

PROF. RODNEI DOMINGUES, Coordenador e Pesquisador Responsável. **Axxus Institute**.

DR. SÉRGIO PARREIRAS PEREIRA, Pesquisador. **IAC Instituto Agrônômico de Campinas**.

PROF. DR. MIGUEL JUAN BACIC, Pesquisador. **NEIT Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia da UNICAMP**.

Apoio

The logo for ABIC, consisting of the letters 'ABIC' in a bold, white, sans-serif font.

Realização

The logo for Instituto Axxus, featuring a stylized graphic of three interlocking spirals above the text 'Instituto Axxus' in a white, sans-serif font, with the website address 'www.axxus.institute' below it.

SETEMBRO/2025

O conteúdo, desta apresentação,
total ou parcial, poderá ser divulgado, sem
necessidade de prévia autorização, desde
que mencionada a fonte.

www.axxus.institute