

## Capítulo 22

### PESQUISA PARA O DESENVOLVIMENTO DO CAFÉ SABOR FRUTO DO CERRADO E PERFIL DOS CONSUMIDORES

Joicy Any Alves Urzêda \*; Ellen Godinho Pinto ; Rodrigo Vieira da Silva   
Wiaslan Figueiredo Martins ; Ana Paula Stort Fernandes ; Dayana Silva  
Batista Soares ; Bianca Ferreira Augustinho 

\*Autor correspondente (Corresponding author) – Email: [ellen.godinho@ifgoiano.edu.br](mailto:ellen.godinho@ifgoiano.edu.br)

**Resumo:** O cafeeiro é um arbusto pertencente à família Rubiaceae e ao gênero *Coffea*, o qual possui mais de 103 espécies por todo o mundo. Mesmo não sendo originário do Brasil, o café está presente em todos os lugares, surgindo assim, novas formas para o seu consumo. Através disso, a pesquisa realizada teve por objetivo analisar o perfil dos consumidores de café, buscando uma nova combinação, com algum fruto do cerrado, que agrade ao gosto e particularidades do consumidor. A pesquisa em questão foi realizada com a utilização de um questionário no Google Formulários, com perguntas abertas e fechadas ao qual obteve-se respostas de 52 participantes. Desses 52 participantes, (42,3%) estão na faixa etária de 25 a 40 anos, em sua maioria do sexo feminino (69,2%), onde 98,1% afirmam tomar café todos os dias e 53,8% escolheram o fruto baru para a combinação com o café. Portanto, o presente estudo permitiu-nos analisar o perfil dos consumidores de café e suas preferências.

**Palavras-chave:** cerrado; consumo de café; novo produto

## INTRODUÇÃO

O cafeeiro é um arbusto pertencente à família Rubiaceae e ao gênero *Coffea*, o qual possui mais de 103 espécies por todo o mundo. O Brasil é um dos maiores produtores de café e atua tanto na parte de exportar, quanto na de importar. Pesquisas realizadas pela EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa) mostram que nos últimos anos a área dedicada à produção cafeeira é aproximadamente igual a 1,82 milhão de hectares estendidos pela região sudeste do país, ocupando principalmente o estado de Minas Gerais (1).

O mercado de café vem se tornando cada vez mais competitivo desde a década de 80 e o aprimoramento da gestão de conhecimento em toda sua cadeia produtiva é de grande interesse para a indústria e mercado. É um dos principais segmentos da indústria de alimentação e bebidas mundial, podendo ser considerado um dos commodities mais comercializados no mundo (2).

Estima-se que o grão de café torrado possua mais de 2000 compostos químicos alguns destes com atividades biológicas conhecidas. Deste modo, os efeitos do consumo de café irão depender da qualidade e quantidade dos compostos químicos ingeridos, estando o consumo moderado normalmente descrito como a ingestão de 3 a 5 doses diárias de café (aproximadamente 150-300 mg de cafeína/dia). Além disso o café possui antioxidantes naturais e diversas vitaminas, em sua maioria do grupo B. Quimicamente, as espécies diferenciam-se pelo seu teor em diversos componentes: cafeína (maior no café robusta), minerais, compostos fenólicos, trigonelina, aminoácidos, aminas biogénicas, esteróis, entre muitos outros (3).

Dentre as várias espécies de café, as principais produzidas em todo o mundo são o café *arábica* (53%) e o café *conilon* (47%) (1). As duas espécies são muito distintas quanto aos aspectos agrônômicos, bioquímicos e sensoriais dos grãos, do mercado e da utilização dos respectivos produtos. Mas, independentemente dessa questão, verifica-se uma demanda cada vez maior, sobretudo, por cafés de qualidade superior em ambas as espécies tanto em países produtores como nos consumidores, notadamente naqueles ditos emergentes (4).

Com a alta produção ocorre também o alto consumo de café por todo o país, com as mais diversas combinações, nos mais variados lugares e ocasiões. De forma quase imperceptível, o café é consumido a todo momento. Pensando na demanda por consumidores de café com uma melhor qualidade, os produtores estão investindo nos cafés especiais (5). Diante disso, foram criadas formas de consumo, as quais estão ligadas à conservação, armazenamento, preparo e sabor do produto final. Existem hoje tipos de café, como o em grão, em pó, em sachê e aromatizado.

O café aromatizado consiste na adição de essências afim de adicionar sabor ao café, como uma “mistura”. Baseando-se nessa ideia, decidiu-se unir o café, bastante difundido pelo mapa brasileiro, aos frutos do cerrado, que são característicos do país e da região cerrado (6).

O cerrado possui frutos com altos teores de compostos bioativos sendo de grande relevância para a busca de fontes alternativas e que possam agrupar atributos desejáveis (propriedades antioxidantes, antimicrobianas, anticarcinogênicas, antidegenerativas e retardadoras de envelhecimento). Este incremento pode ocorrer na formulação de novos produtos, ou mesmo na ingestão in natura, uma vez que tais compostos são de interesse tanto para a indústria de alimentos quanto para a de

fármacos e de cosméticos (7).

Sendo assim, essa pesquisa teve por objetivo analisar qual o fruto do cerrado que, de acordo com os consumidores em potencial, se adequaria melhor ao café na produção de um café aromatizado.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo foi realizado através da aplicação de um questionário on-line, foi utilizado a ferramenta Google Formulários para desenvolver e divulgar o questionário pelo aplicativo WhatsApp e E-mail. O questionário foi composto por perguntas abertas e fechadas, sendo necessária uma resposta em todas as perguntas e a identificação do participante, tendo a aprovação do comitê de ética, de acordo com o processo número: 54033521.3.0000.0036.

Os consumidores responderam de forma voluntária, totalizando 52 participantes. Onde os requisitos avaliados foram: nome, faixa etária, sexo, grau de escolaridade, renda familiar, profissão, consumo de café e quantas vezes por dia, onde consome, costuma comprar em pó ou em grão, em quais horários toma café, com qual acompanhamento, experimentaria um sabor aromatizado, qual fruto combina mais e como gostaria que ele fosse embalado.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o questionário aplicado foi possível traçar o perfil dos consumidores de café e a preferência entre os frutos do cerrado.

Tabela 1. Resultado do consumo de café de acordo com a faixa etária.

<b>Faixa etária</b>	<b>%</b>
18 a 25 anos	11,5
25 a 40 anos	42,3
40 a 50 anos	26,9
50 a 65 anos	15,4
Acima de 65 anos	3,9

A faixa etária dos participantes está expressa na Tabela 1, onde 42,3% dos participantes está entre 25 e 40 anos, ou seja, pessoas que se encontram na fase adulta, na pesquisa realizadas o consumo de café é maior entre as mulheres 69,2% (Tabela 2), (8) também observaram no estudo realizado que o consumo de café é maior entre as mulheres

Tabela 2 – Resultado do consumo de café de acordo com o sexo.

<b>Feminino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Prefiro não informar</b>
69,2%	30,8%	0

Tabela 3 – Resultado do consumo de café de acordo com o grau de escolaridade.

<b>Grau de escolaridade</b>	<b>%</b>
1º incompleto	0
1º grau completo	1,9
2º grau incompleto	0
2º grau completo	9,6
Superior incompleto	11,5
Superior completo	21,2
Pós graduação	55,8

Pode-se observar que o consumo de café aumenta conforme o grau de escolaridade, como está demonstrado na Tabela 3, 55,8% apresentam pós-graduação e 46,2% com renda familiar igual ou superior a 6 salário-mínimo por mês, no artigo (9) reforça os resultados encontrados que o consumo de café está relacionado a renda familiar.

Tabela 4 – Resultado do consumo de café de acordo com a renda familiar.

<b>Renda familiar</b>	<b>%</b>
Sem renda	7,7
De 1 a 2 salários-mínimos	9,6
De 2 a 4 salários-mínimos	19,2
De 4 a 6 salários-mínimos	17,3
Acima de 6 salários-mínimos	46,2

As perguntas seguintes são relacionadas ao consumo de café e a preferências dos participantes.

Tabela 5 – Resultado do consumo de café.

<b>Consumo de café</b>	<b>%</b>
Sim	98,1
Não	1,9

Os resultados pelo questionário indicam que 98,1% dos participantes consomem café, que pode ser observado na Tabela 5., alguns autores (10) encontraram valores inferiores ao consumo de café, apenas 70% dos participantes consomem, dos participantes desta pesquisa 34,6% consomem café mais de 3 vezes ao dia (Tabela 6).

Tabela 6 – Resultado do consumo diário de café.

<b>Consumo diário</b>	<b>%</b>
Apenas 1 vez ao dia	28,8
De 1 a 2 vezes	30,8
Mais de 3 vezes	34,6
3 vezes ao dia	5,8

Entre os locais de consumo de café dos participantes da pesquisa mais da metade foi em casa de acordo demonstra a Tabela 7. e 96,2% prefere adquirir o café em pó, isso pode ser devido ao consumo ser na sua maioria em casa (Tabela 7).

Tabela 7– Resultado do local para o consumo de café.

<b>Local para consumo</b>	<b>%</b>
Em casa	65,4
No trabalho	25
Em uma cafeteria	1,9
Casa e trabalho	1,9
Casa, trabalho e cafeteria	1,9
Todos os lugares que oferecem café	1,9
Todas as opções anteriores	1,9

Tabela 8 – Resultado de como preferem comprar o café.

<b>Como preferem comprar</b>	<b>%</b>
Pó	96,2
Grão	1,9
Não consumo em casa	1,9

Dos participantes, 50% costumam tomar o café no café-de-manhã, porém na pesquisa realizadas pelos autores (11) eles verificaram que os participantes consumiam café a todo momento e 38,5% preferem café com pouca açúcar e 34,6% preferem consumi-lo puro.

Tabela 9 – Resultado do horário para o consumo de café.

<b>Horário de consumo</b>	<b>%</b>
Café da manhã	50
Depois do almoço	0
Café da tarde	5
Depois do jantar	0
Durante o trabalho	11,5
A todo momento	30,8
Manhã e tarde	2,7

Tabela 10 – Resultado de como consomem café.

<b>Como é consumido</b>	<b>%</b>
Puro	34,6
Leite	-
Rapadura	0
Sem açúcar	11,5
Pouco açúcar	38,5
Muito açúcar	-
Adoçante	-
Pouco açúcar com leite	-

Por fim, 94,2% aceitariam experimentar um novo sabor de café (Tabela 11), entre os frutos do cerrado, o baru teve uma boa aceitação para o desenvolvimento do café saborizado, com 53,8% esta relatado na Tabela 12. e 40,4% dos participantes gostariam de embalagem de 250g, isso pode ser devido a maioria dos participantes consumirem o café em casa.

Tabela 11 – Resultado se provariam um novo sabor de café aromatizado.

<b>Aceitação no novo sabor</b>	<b>%</b>
Sim	94,2
Não	5,8

Tabela 12– Resultado para a escolha do fruto.

<b>Escolha do fruto</b>	<b>%</b>
Pequi	-
Murici	11,5
Jatobá m	-
Mangaba	-
Gabiroba	-
Baru	53,8
Nenhum	-
Não sei	11,5

Tabela 13 – Resultado para preferência da embalagem.

<b>Embalagem</b>	<b>%</b>
Na porção de uma xícara	36,5
Em sachê	21,2
Embalagens de 250 g	40,4
Adoçado	-

## CONCLUSÃO

Após a análise percebe-se que os consumidores em potencial são em maioria mulheres entre 25 a 40 anos com variadas profissões. Relataram consumir café todos

os dias com certa frequência, até mais de 3 vezes ao dia. Esses mesmos consumidores também se mostraram dispostos a experimentar um novo café saborizado de baru.

Conclui-se então que o objetivo da pesquisa apresentado na introdução foi devidamente alcançado, considerando que agora têm-se o perfil dos consumidores de café em potencial para o desenvolvimento de um café saborizado de baru.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Instituto Federal Goiano - Campus Morrinhos pelo apoio a bolsa PIBIC-EM e a todos que participaram do questionário.

## **REFERÊNCIAS**

1. Ferreira LT, Santos J. Produção dos Cafés do Brasil ocupa área de 1,82 milhão de hectares dos quais 1,45 milhão são de café arábica e 375,99mil de conilon. EMBRAPA, 2021
2. Trauer E. et al. O Conhecimento e a Cadeia Produtiva do Café. Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação. 12 set. 2017.
3. Santos VE. et al. Estimativa da elasticidade-renda do consumo de café na Região Sudeste do Brasil. Revista de Economia e Agronegócio; 2005
4. Alves RC, Casal S, Oliveira B. Benefícios do café na saúde: mito ou realidade? Quim. Nova, 2009;32, 2169-2180.
5. Fonseca A. et al. Café conilon. 2ª Edição,. Vitória-ES. Incaper 2017.
6. Boaventura PSM. et al. Cocriação de valor na cadeia do café especial: o movimento da terceira ondata café. Revista de Administração de Empresas, 2018; 58, 254- 266.
7. Reis AF, Schmiele M. Características e potencialidades dos frutos do Cerrado na indústria de alimentos. Braz. J. Food Technol., 2019, 22:1-12.
8. Cao C. et al. Regular Coffee Consumption Is Associated with Lower Regional Adiposity Measured by DXA among US Women. The Journal of Nutrition, 2020; 150:1909-1915.
9. Lopes DC, Andrade DCT. O comportamento de compra do consumidor de café orgânico no sul de minas. Revista Agrogeoambiental. 2015
10. Boaventura PSM. et al. Cocriação de valor na cadeia do café especial: o movimento da terceira ondata café. Revista de Administração de Empresas, 2018; 58, 254- 266.
11. Representativo das regiões produtoras de café, Rural pecuária,

2021. [https://ruralpecuaria.com.br/tecnologia-e-manejo/cafes/brasil-mapa-](https://ruralpecuaria.com.br/tecnologia-e-manejo/cafes/brasil-mapa)  
Acesso em : 10 de Junho de 2022.