

PREFERÊNCIA PELAS BEBIDAS DE CAFÉ NA CIDADE E NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

DELLA MODESTA, R.C.¹; SOUZA, V.F.²; GONÇALVES, E.B.³; FERREIRA, J.C.S.⁴ e MATTOS, P.B.⁵

¹ Pesquisador da Embrapa Agroindústria de Alimentos. Av. das Américas, 29501. 23020-470. Rio de Janeiro – Brasil, <regimode@ctaa.embrapa.br> - fone (021) 4107524 - fax (021) 4101090; ² Bolsista da CAPES; ³ Técnico especializado em Estatística da Embrapa Agroindústria de Alimentos; ⁴ Técnico especializado em Análise Instrumental da Embrapa Agroindústria de Alimentos; ⁵ Bolsista da FAPERJ.

RESUMO: A população do Brasil está crescendo, mas o consumo de café continua estacionado, e isso tem sido um problema para o mercado de café. Aumentar o consumo pode ser uma solução para o produtor, porém o mercado deveria focar o consumidor, melhorando o padrão de café oferecido à população brasileira. Assim, é importante conhecer a preferência do consumidor, verificando se região, idade e sexo influenciam a preferência pelas bebidas de café: mole, dura, riada, rio e conillon. A preferência foi avaliada através de escala hedônica. Essas bebidas foram preparadas e avaliadas por 400 pessoas, variando região, sexo e idade em várias áreas da cidade e do Estado do Rio de Janeiro. Houve diferença de preferência em função de região, sexo e idade no Estado e na cidade do Rio de Janeiro. Em geral, no Estado e na cidade do Rio de Janeiro, a bebida menos preferida foi a conillon. Nas diversas regiões do Estado houve preferência pela bebida mole ou dura. Na cidade do Rio de Janeiro houve preferência pela bebida mole. Cada região, sexo e idade tiveram suas preferências específicas.

Palavras-chave: café, preferência, consumidor, cidade e Estado do Rio de Janeiro.

PREFERENCE FOR COFFEE DRINKS IN THE CITY AND IN THE STATE OF RIO DE JANEIRO

ABSTRACT: The population is increasing, but its coffee consumption remains stationary. It has been a problem to the coffee market. Therefore, increasing the consumption may be the solution to the producer, and the market should focus on the consumer, improving the beverage coffee for the Brazilian population. Therefore it is important to get information about its preference, in order to verify whether region, gender and age factors influence the preference of the coffee beverages: **mole, dura, riada, rio** and conillon. The preference was evaluated using hedonic scale. The beverages were prepared and evaluated by 400 people of different region, sex and age in several areas of the Rio de Janeiro City, and also some cities in Rio de Janeiro State. The preference changed depending on the

region, sex and age in Rio de Janeiro City and in Rio de Janeiro State. The beverage of conillon was the least preferred in city and in Rio de Janeiro State. The beverage **mole** or **dura** was preferred in some cities in Rio de Janeiro State. The beverage **mole** was preferred in Rio de Janeiro City. Each region, gender and age showed specific preference.

Key words: coffee, preference, consumer, Rio de Janeiro city and State.

INTRODUÇÃO

No Brasil, o consumo de café não vem acompanhando sequer o crescimento demográfico (RAMOS, 1997), ou seja, o consumo estagnou (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CAFÉ, 2000) à medida que cresceu a população. A solução, portanto, está no aumento de consumo do produto. Assim, o produtor deve estar voltado para o consumidor final, buscando conhecer melhor as suas exigências (CAIXETA & TEIXEIRA, 1999).

Preferências regionais existem para café (HODGSON & BRUHM, 1993). No Brasil, a preferência variou regionalmente em função dos tipos de bebida de café. No Rio de Janeiro, Espírito Santo e norte de Minas Gerais a preferência foi pela bebida rio, enquanto em São Paulo (Bauru e Franca) foi pela bebida mole (MONTEIRO et al., 1992).

Com isso, percebe-se que o mercado não é uniforme. As características demográficas devem ser consideradas quando se estuda o mercado para qualquer produto. Também existem diferenças na personalidade, na acuidade sensorial e no gostar e desgostar, sendo mais pronunciadas entre pessoas do mesmo sexo do que entre os dois sexos como grupos. No entanto, entre os sexos também existem diferenças, e, assim, é preciso planejar e conduzir experimentos diferenciando os grupos (AMERINE et al., 1965).

O consumo de oito diferentes cafés, na Europa, foi influenciado pelos países, pelo sexo e pela faixa etária (HEIDEMA & JONG, 1998). Mudanças fisiológicas que ocorrem com a idade das pessoas também podem influenciar a preferência por alimentos (WASLIEN, 1988).

A espécie *Coffea arabica* é de grande importância econômica para as regiões que a cultivam, pois seu produto é de qualidade superior (aroma e sabor mais apreciados no mundo inteiro) e de maior aceitação em todos os mercados consumidores (TOLEDO & BARBOSA, 1998). O café robusta, muito usado em *blends*, é considerado neutro (MATIELLO, 1991; TOLEDO & BARBOSA, 1998).

A bebida de café arábica é normalmente classificada em mole, dura, riada e rio.

A bebida de café tipo “mole” é uma bebida de sabor suave, com gosto agradável e doce; a tipo “dura” tem sabor adstringente e gosto áspero; a tipo “riada” tem um leve sabor típico de iodofórmio ou

ácido fênico; e a tipo “rio” é uma bebida com sabor forte e desagradável, lembrando iodofórmio ou ácido fênico (BÁRTHOLO & GUIMARÃES, 1997).

A outra espécie - *Coffea canephora* (robusta/conillon) - possui características próprias, ou seja, cor, corpo, sabor e acidez muito diferentes do café arábica.

Enfim, saber qual é o público, qual é a sua preferência em relação às bebidas de café e como ganhar mais consumidores é essencial para quem quer ter uma marca de sucesso.

Desse modo, procurou-se avaliar a preferência dos consumidores da cidade e do Estado do Rio de Janeiro em função do sexo, da idade e da região para os diferentes tipos de bebida de café.

MATERIAL E MÉTODOS

Foi usado grão de café verde das bebidas oficialmente classificadas como mole, dura, riada e rio da espécie *Coffea arábica* e conillon da espécie *Coffea robusta*.

Para a preparação do pó, os grãos foram torrados (torra convencional média, intermediária entre a torra americana e a torra escura), moídos, acondicionados em embalagens individuais de polietileno de cinco camadas (alta densidade), fechadas a vácuo e mantidas à temperatura ambiente. A cor foi controlada instrumentalmente. O processo de preparo do pó de café foi sempre realizado uma semana antes da coleta de dados, para que o café não alterasse suas características sensoriais.

A preparação da bebida do café foi padronizada para todos os locais. A água mineral foi fervida, em jarra de vidro, com auxílio de uma resistência. O pó (40 g) foi colocado dentro do papel-filtro convencional e a água (500 ml) foi despejada sobre o pó, molhando-o levemente, e em seguida vertida com um fio contínuo para a obtenção da filtração. O açúcar (37,5 g), embalado também em polietileno de cinco camadas, foi adicionado à bebida de café. O café foi homogeneizado com uma colher dando dez voltas. A jarra foi mantida em placa aquecedora a 80°C (AMERICAN SOCIETY FOR TESTING AND MATERIALS, 1973) durante, no máximo, 20 minutos.

Foi determinado que o café poderia ser mantido até 20 minutos em jarra de vidro à temperatura de 80°C sem alterar seu sabor original. Foi definido também que o café deveria ser adicionado de açúcar porque os consumidores, acostumados ou não com açúcar ou adoçante, mudavam significativamente a preferência para pior, quando o café era servido sem açúcar. As amostras de café foram servidas em copos descartáveis de 50 mL, na quantidade de 30 mL por consumidor.

A preferência do consumidor por esses diferentes tipos de bebida de café foi avaliada utilizando escala hedônica de 7 pontos (MEILGAARD et al., 1987), em que os valores 1 e 7 correspondiam, respectivamente, a “desgostei muito” e “gostei muito”.

O teste foi aplicado para 400 consumidores, metade do sexo masculino e metade do sexo feminino, para cada tipo de bebida, em cada local, num total de 12.000 consumidores. Os consumidores foram escolhidos ao acaso, em supermercados da cidade e do Estado do Rio de Janeiro. A cidade do Rio de Janeiro foi subdividida em regiões: norte (Campinho), sul (Leblon) e baixada fluminense (Nova Iguaçu); e o Estado, também em regiões: norte (Campos), sul (Volta Redonda) e serrana (Friburgo). Os consumidores também foram divididos segundo sexo (masculino e feminino) e faixas etárias (15-19, 20-26, 27-35 e acima de 35 anos).

Para que o teste fosse considerado dentro da rotina de consumo, as condições ambientais não foram controladas. Instruções e orientações foram fornecidas verbalmente, tomando-se cuidado para que os consumidores não interagissem entre si.

Os cinco tipos de bebidas foram oferecidos separadamente aos consumidores, sendo uma amostra por dia, em seis diferentes supermercados. Cada consumidor provou apenas uma amostra.

Foi determinada a porcentagem de frequência de “gostar”, “não gostar nem desgostar” e “desgostar” de cada bebida para cada região, sexo e faixas etárias para os diferentes tipos de bebida de café, no Estado e na cidade do Rio de Janeiro.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As figuras mostram um panorama geral da porcentagem de frequência dos consumidores por sexo, região e faixa etária no município e no Estado do Rio de Janeiro.

O cenário traçado demonstra uma frequência grande para o “gostar” das diferentes bebidas.

No Estado do Rio de Janeiro como um todo (Figura 1), como esperado, a bebida conillon foi a menos preferida. A preferida foi a bebida mole.

Nas diferentes regiões do Estado do Rio de Janeiro (Figuras. 2, 3, 4 e 5), também a bebida menos preferida foi a conillon. Na região norte do Estado (Campos) e na cidade do Rio de Janeiro, a preferida foi a bebida mole. Na região serrana (Friburgo) foram igualmente preferidas as bebidas mole e dura, e na região sul (Volta Redonda) a dura foi a preferida. Isso mostra que o consumidor quando tem à sua disposição bebidas de qualidade, como a mole e dura, tem preferência por elas. Portanto, o consumidor é exigente, contrariando o mito popular de que, no Rio de Janeiro, como é consumida bebida tipo rio, haveria preferência por ela.

Ainda no Estado do Rio de Janeiro, quando se avaliaram apenas as mulheres (Figura 6), notou-se que elas preferem bebida mole, de ótima qualidade, e os homens (Figura 7) preferiram tanto mole quanto riada (de má qualidade), porém, para ambos, a menos preferida foi a conillon.

Quando se observa a preferência por faixa etária, no Estado do Rio de Janeiro, depara-se com um quadro bastante confuso. Os mais jovens (Figura 8) preferiram a bebida rio, as pessoas na faixa de 20-26 anos (Figura 9) e os mais idosos (Figura 11) preferiram bebida dura, e na faixa de 27-35 anos (Figura 10) preferiram conillon.

Observando apenas a cidade do Rio de Janeiro, pode-se constatar que, na região norte e na baixada fluminense, a conillon foi a menos preferida, e na região sul foi a dura. A preferida na região norte foi a dura (Figura 12), na região sul foi a mole (Figura 13) e na baixada foi a rio (Figura 14), o que expressa, mais uma vez, a exigência do consumidor nas regiões norte e sul do município do Rio de Janeiro.

Mulheres (Figura 15) na cidade do Rio de Janeiro preferiram bebida mole e homens (Figura 16), bebida riada. A bebida menos preferida foi a conillon, por ambos os sexos.

Jovens da cidade do Rio de Janeiro (Figura 17) preferiram bebida mole; de 20-26 anos (Figura 18) e os mais idosos (Figura 20), bebida dura; e de 27-35 anos (Figura 19), bebida conillon. Esses resultados foram bastante discordantes daqueles do Estado nas diferentes faixas etárias.

Portanto, não houve tendência definida de preferência na cidade do Rio de Janeiro. Cada região, sexo e idade tiveram suas preferências específicas. Encontrou-se um padrão de exigência à medida que a bebida conillon foi menos preferida por diversas vezes.

CONCLUSÕES

Houve diferença de preferência em função de região, sexo e idade no Estado e na cidade do Rio de Janeiro.

No Estado, em geral, a bebida menos preferida foi a conillon nos diferentes municípios, para ambos os sexos e diferentes idades. As diversas regiões do Estado preferiram bebida mole ou dura.

Na cidade do Rio de Janeiro houve preferência pela bebida mole. Cada região, sexo e idade tiveram suas preferências específicas. Em geral, a bebida mais rejeitada foi a conillon.

Portanto, o setor produtivo tem que estar atento à preferência do consumidor pela bebida de café, não oferecendo, por um lado, bebida de má qualidade como a conillon e, por outro, ofertando bebidas de boa qualidade, que são, em geral, preferidas pelos consumidores, desfazendo, portanto, o mito de que o consumidor “gosta do que está acostumado a consumir”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMERICAN SOCIETY FOR TESTING AND MATERIALS. **Standard recommended practice for establishing for laboratory sensory evaluation of foods and beverages**. Philadelphia, 1973 (E480-73).
- AMERINE, M.A, PANGBORN, R.M, ROESSELER, E. B. **Principles of sensory evaluation of foods**. New York: Academic Press, 1965. 602p.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CAFÉ. **Meta de consumo**. Disponível: site ABIC (Jul. 2000). URL: [http:// www. abic. com. br](http://www.abic.com.br). Consultado 2000.
- BÁRTHOLO, G. F., GUIMARÃES, P. T. G. Cuidados na colheita e preparo do café. **Informe Agropecuário**, **18**(187):33-42, 1997.
- CAIXETA, G. Z. T., TEIXEIRA, S. M. A globalização e o mercado do café. **Informe Agropecuário**, **20**(199): 81, 1999.
- HEIDEMA, J., JONG, S. Consumer preferences of coffees in relation to sensory parameters as studied by analysis of covariance. **Food Quality and Preference**, **9**(3):115, 1998. Apud Food Sci. and Tech. Abst., 1998-07-H1329,1998.
- HODGSON, A. S., BRUHN, C. M. Consumer attitudes toward the use of geographical product descriptors as a marketing technique for locally grown or manufactured food. **J. Food Qual.**, **16**:163-174, 1993.
- MATIELLO, J. B. **O café, do cultivo ao consumo**. Coleção do agricultor. Grãos. Ed. Globo. São Paulo. 1991.
- MEILGAARD, M., CIVILLE, G. V., CARR, B. T. **Sensory evaluation techniques**. Boca Raton: CRC Press, 1987. v. 2, p. 25 - 44.
- MONTEIRO, J. L. M., KANASHIRO, J. K., AZEVEDO, W., TOLEDO, J. L. B., ALMEIDA, T. C. C., FONSECA, A. M. S. O café que o consumidor quer. **Jornal do Café**, Rio de Janeiro, p. 15-16, 1992.
- RAMOS, W. D. O mercado interno e a qualidade do café. **Informe Agropecuário**, **18**(187):73, 1997.
- TOLEDO, J. L. B. de., BARBOSA, A. T. **Classificação e degustação do café**. Brasília: Ed. Sebrae: Rio de Janeiro: ABIC, 1998. p.11, 29-37, 44, 52 - 54, 64, 66.
- WASLIEN, C. I. Factors influencing food selection in the American diet. **Adv. Food Res.**, San Diego, **32**:239-269, 1988.

Agradecemos à FAPERJ por ter financiado parte do trabalho.



