

ANÁLISE DOS HÁBITOS DE CONSUMO DE CAFÉ PELAS FAMÍLIAS DA CIDADE DE BOTELHOS, NO SUL DE MINAS GERAIS

João Paulo de Souza¹; José Marcos Angélico de Mendonça²; Luciana Maria Lopes Vieira Mendonça³; Fernanda Mitsue Soares Onuma⁴

¹Tecnólogo em Cafeicultura, Botelhos – MG, joaopaulosouza03@yahoo.com.br

²Prof. IFSULDEMINAS, MS, Campus Muzambinho, jose.mendonca@muz.ifsuldeminas.edu.br

³Prof^a IFSULDEMINAS, Dra, Campus Muzambinho, luciana.mendonca@muz.ifsuldeminas.edu.br

⁴Prof. Assistente da UNIFAL, MS, Campus Varginha, feonuma@gmail.com

RESUMO: A pesquisa foi realizada no município de Botelhos - MG, com as famílias consumidoras de café, com o objetivo de caracterizar os aspectos da escolha do produto, da aquisição e do preparo da bebida. Utilizou-se um questionário contendo 24 questões, que foram distribuídos aos alunos do ensino fundamental, das escolas públicas para que fossem respondidos pelos responsáveis pelo preparo do café em suas residências. Os dados obtidos foram tabelados e analisados quanto à distribuição por frequência pelo software SPSS. Os resultados permitiram conhecer diversas características de consumo do café no que diz respeito ao preparo, marca, quantidade, forma de consumo, local de aquisição do produto, uso em receitas, entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Search opinion, consumers, preparation of the beverage.

ANALYSIS OF COFFEE CONSUMPTION HABITISTS OF HOUSEHOLDS BOTELHOS CITY IN SOUTHERN MINAS GERAIS.

ABSTRACT: The research was conducted in the municipality of Botelhos - MG, with families consuming coffee, with the aim of characterizing aspects of product selection, acquisition and preparation of the beverage. We used a questionnaire containing 24 questions, which were distributed to elementary students, from public schools to be answered by those responsible for brewing at home. Data were tabulated and analyzed for frequency distribution by SPSS software. The results led to meet several characteristics of coffee consumption with regard to the preparation, brand, quantity, shape consumer, place of purchase, use in recipes, among others.

KEY WORDS: Coffee, Certification, Technical, Management of agricultural property

INTRODUÇÃO

O consumo de café no país sempre teve índices elevados, e esse aumento se mantém constante. Estudos realizados pela Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC), desde o ano de 1990 até hoje revelam que o consumo do café vem aumentando significativamente ano após ano. Segundo o IBGE o café é o alimento mais consumido diariamente por 78% da população maior de 10 anos (ABIC, 2011).

A economia do município de Botelhos, localizada na região Sudoeste do estado de Minas Gerais, segundo a pesquisa Produção Agrícola Municipal do IBGE, realizada em 2010, está ligada basicamente à agricultura e pecuária. Destaca-se a cultura do café, com a produção de 134,75 mil sacas de 60 kg equivalente a 1.050 kg por hectare (IBGE, 2010).

A indústria de café vem se preocupando com a aceitação do café pelos consumidores. Por meio de estudos sobre a aceitação sensorial ou preferência do produto, investigou-se por vários anos o comportamento do consumidor (GUERREIRO, 2000). Porém, mais recentemente, verificou-se a importância de se observar em quais critérios o consumidor se fundamentava para escolher, comprar e consumir determinado produto (DELLA LUCIA, 2007).

A ABIC, realiza desde 2003 a pesquisa “Tendências de consumo de café”, que objetiva estimular o consumo do produto descobrir nichos e/ou oportunidades de mercado, particularmente relacionadas a classe C, caracterizando o consumo geral de bebidas, o perfil do não consumidor e o consumidor de café, seus hábitos de consumo e de compra. Os resultados da caracterização deste consumo possibilitam “Estimular o consumo do produto, mantendo sua alta penetração descobrir novos nichos e/ou oportunidades de mercado” (ABIC, 2009).

A identificação de perfis e desejos dos consumidores de café, caracterizando segmentos específicos, é uma das etapas necessárias para explorar as potencialidades destes mercados, baseados na evidência das particularidades de cada grupo (ARRUDA et al., 2007).

Conhecer o perfil de consumo de café de um município produtor permite compreender a realidade da relação entre o consumo e a produção de café neste município, visto que a principal fonte de renda de Botelhos advém da produção cafeeira.

A pesquisa objetiva conhecer as diversas formas com que o café é consumido pelas famílias botelhenses, através da caracterização do consumo e das considerações acerca da escolha do produto, da aquisição e do preparo da bebida.

MATERIAL E MÉTODOS

Realizou-se a pesquisa através de aplicação de questionário semi estruturado, contendo vinte e quatro questões. O questionário foi elaborado a partir de pontos específicos que possibilitam a caracterização do consumo do café pelas famílias e baseados na pesquisa denominada Tendências do Consumo do Café no Brasil em 2008, realizada pela TNS Inter Science (ABIC, 2008).

Os questionários foram entregues aos 1.300 alunos do ensino fundamental das escolas estaduais e municipais do município de Botelhos. Os alunos foram instruídos pelos professores a respeito do preenchimento e de que o questionário deveria ser respondido pela pessoa que prepara o café da família. Após três dias os questionários foram recolhidos nas escolas, totalizando 780 (setecentos e oitenta) questionários. Deste montante foram observados os que haviam sido respondidos mais de uma vez pela mesma família e eliminados, restando 765 questionários. Os questionários foram tabulados e analisados por meio do software Statistical Package for the Social Sciences –SPSS, utilizando de análise de frequência .

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Perfil do consumo de café da família

Observou-se que em 59% das famílias todas as pessoas consomem café. Com relação aos motivos pelos quais não se consome café, 48% das famílias alegou não gostar de café, 23% indicaram a falta de hábito e 15% o fato de serem jovens, e por isso, não possuem interesse pela bebida. Também registrou-se os motivos "não querer", "prejudicar a saúde" e o "sabor do café" que, somados, resultaram em 14% (Figura 1).

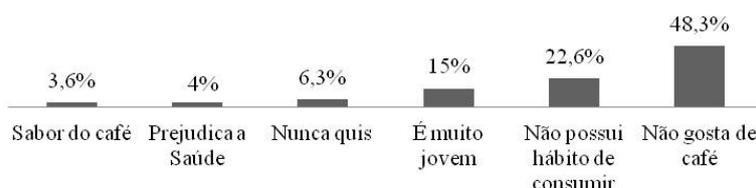


Figura 1. Motivos apontados para justificar o não consumo de café (Muzambinho, 2012).

Entre as características mais percebidas quando o café é consumido, destacou-se o sabor, com 42%. O "conjunto todo" foi citado por 28% e o aroma por 20%. Também foram consideradas as características amargor e doçura (Figura 2)

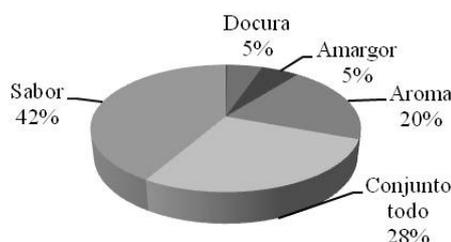


Figura 2. Frequência relacionada às características percebidas pelas famílias botelhenses quando consomem café (Muzambinho, 2012).

Observou-se que na questão sobre o consumo de café nas escolas, 81% das famílias concordam que o café seja oferecido na merenda escolar. Os efeitos benéficos à saúde tem sido apontados como vantagem para o uso do café na alimentação infantil. A merenda escolar pode influenciar os hábitos alimentares dos alunos, já que professores e educadores transmitem às crianças e adolescentes conceitos sobre quais alimentos ou bebidas fazem bem à saúde. Assim quanto à implantação do café na merenda escolar, a maioria dos professores o indicaria na merenda escolar e não considera que o café faz mal a saúde (ABREU et al., 2003).

Entre as formas de oferecer café às crianças predomina a mistura do café com leite, embora 36% dos entrevistados tenham informado que o café é oferecido puro. Considerou-se ainda os hábitos de se adicionar mais água, 1% e leite em pó, 1% ao café e 11% responderam que usam outra forma (Figura 3)

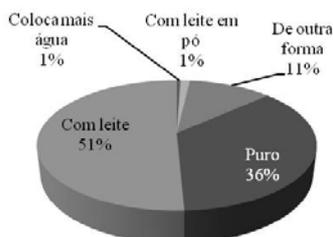


Figura 3. Frequências observadas quanto às formas de consumo do café pelas crianças. (Muzambinho, 2012).

Quando questionados com relação aos horários de consumo do café, o turno da manhã foi citado por 48% dos entrevistados (Figura 4). Observou-se também a frequência de preparo no turno da tarde (25%) e sempre que chega uma visita (18%).

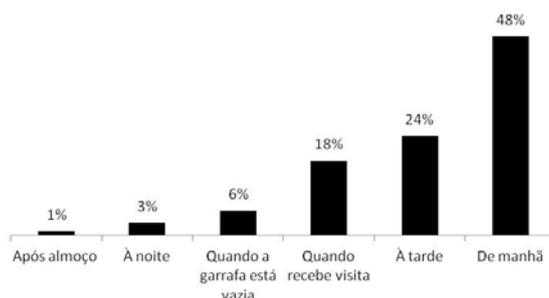


Figura 4. Frequências observadas quanto aos horários de consumo do café. (Muzambinho, 2012).

A maioria dos consumidores pesquisados (46%) consome o café até que a quantidade da garrafa acabe e 33% consome o café em algumas horas após o preparo, uma quantidade significativa, ou seja, 21% consome somente no momento que a bebida é preparada (Figura 5).

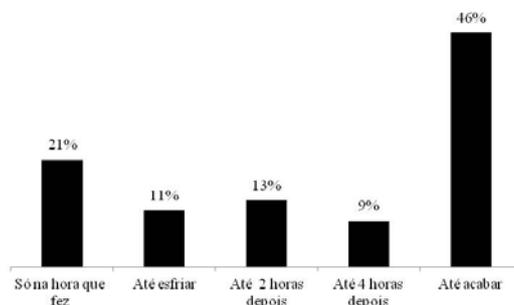


Figura 5. Tempo de consumo do café preparado (Muzambinho, 2012).

Formas de preparo

De acordo com a forma de preparo da bebida, a característica que predomina no município é o preparo do café através do processo tradicional, realizado pelo coador de pano 70%, seguido do coador de papel 25%. A cafeteira elétrica foi citada por 3% dos entrevistados e o café solúvel, expresso e outras foram as formas de preparo menos apontadas, somando 2%.

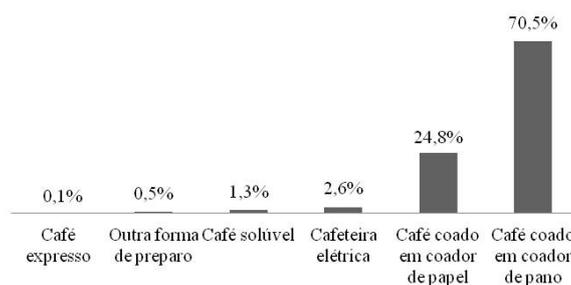


Figura 6. Formas de preparo de café (Muzambinho, 2012).

Para o preparo de um litro de café, a maioria das famílias indicou que usa 3 colheres de pó. Observou-se grande variação da quantidade de café para o preparo da bebida, o que indica a grande heterogeneidade do hábito de consumo do café e da preferência pela bebida (Figura 7).

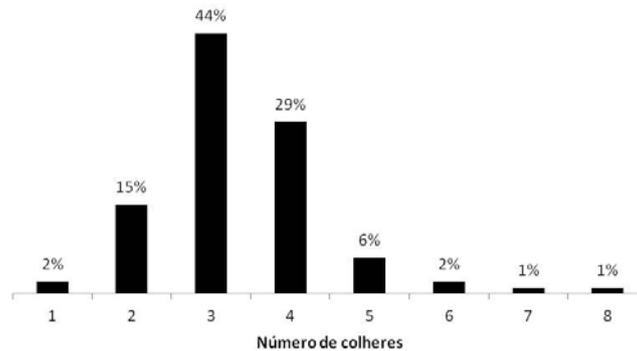


Figura 7. Quantidade de colheres de pó de café utilizado para o preparo da bebida (Muzambinho, 2012).

Por meio dos resultados da pesquisa verificou-se que, apesar do considerável consumo de café pelas famílias do município, o café não é muito utilizado como ingrediente no preparo de outros alimentos. Considerando os 9% das famílias que declararam utilizar o café como ingrediente em outras receitas, observou-se a predominância do preparo de bolo de café (Figura 8).

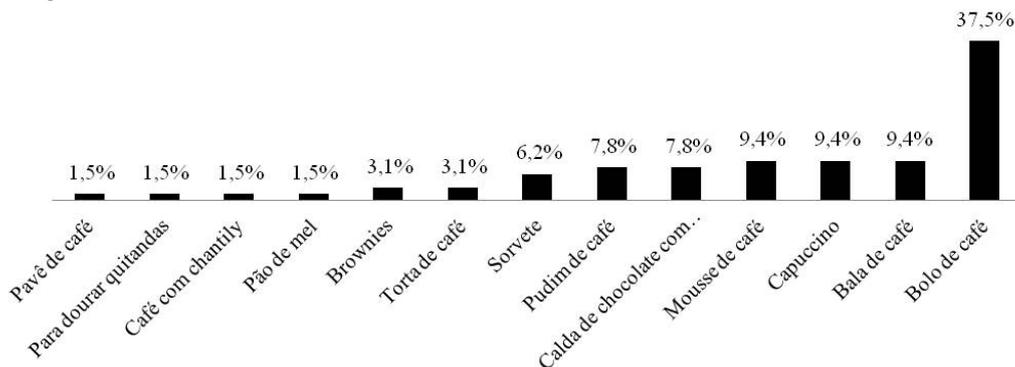


Figura 8. Quantidade de colheres de pó de café utilizado para o preparo da bebida (Muzambinho, 2012).

Escolha do produto

A embalagem mais comprada pelos consumidores é a almofada, seguida da embalagem à vácuo.

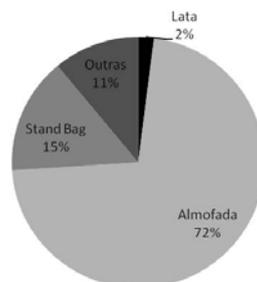


Figura 9. Preferência pelo tipo de embalagem (Muzambinho, 2012)

No estudo da quantidade de café consumido, observou-se que a maioria das famílias compra de 2 a 4 embalagens por mês, totalizando 75,6% da frequência (Figura 10). Esses resultados demonstram a importância do café na alimentação do Botelhense.

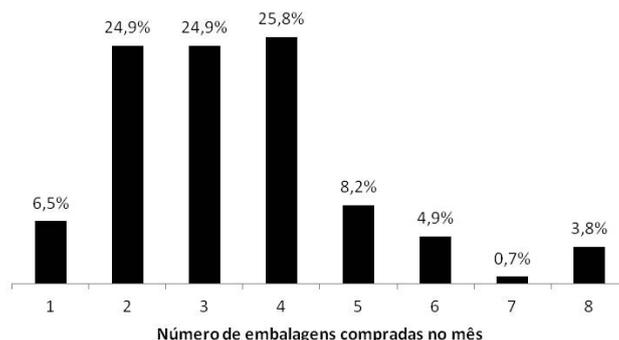


Figura 10. Quantidade de embalagens de café adquiridas por mês pelas famílias de Botelhos (Muzambinho, 2012).

O selo da ABIC, criado em 1989, permanece como a única certificação de pureza que alguns cafés apresentam. Observou-se que 67% das famílias não se importa com a presença do selo na embalagem da marca de café que adquirem. Entre os motivos para não se observar o selo da ABIC, o mais apontado foi o desconhecimento do significado do selo (55%) e 37% dos entrevistados, opinaram que o mesmo não faz diferença para a qualidade do produto. Os demais 8%, indicaram que o selo faz com que o café fique mais caro.

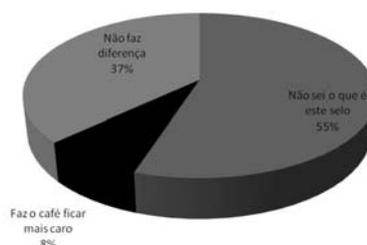


Figura 11. Motivos pelos quais não se observa o selo da ABIC (Muzambinho, 2012).

O objetivo das torrefadoras é manter a fidelidade do consumidor à marca de café que produzem. Essa característica é muito difícil de ser alcançada dada à heterogeneidade da matéria-prima. Observou-se que 61% das famílias pesquisadas são fiéis a uma marca de café.

Dentre os motivos relatados na pesquisa para a escolha da marca adquirida, destacaram-se a qualidade do café com 48,9% e a produção própria com 16,4%. A degustação do produto no local da compra foi citado como importante motivo para a escolha da marca, com 11,3% da frequência observada. Foram relatados também os fatores: Produção no município (10,1%), Preço (7,8%), Marca (2%) Rendimento (1,7%) e Indicação (1%).

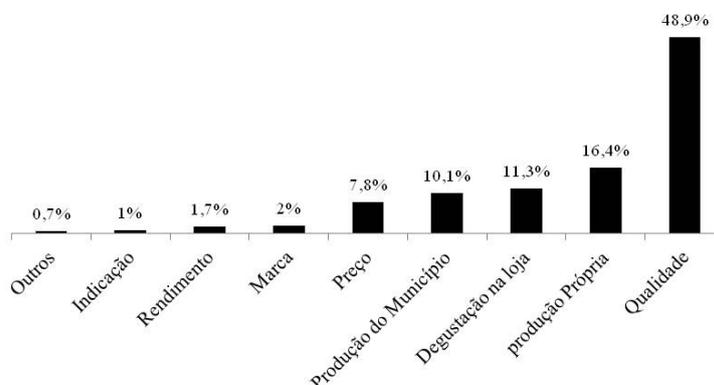


Figura 12. Motivos pelos quais não se observa o selo da ABIC (Muzambinho, 2012).

Apesar da economia do município girar em torno da produção cafeeira, foi relatado que 29% das famílias pesquisadas, não conhecia o processo de produção de café, sendo 71% o montante das famílias entrevistadas que conhecem o processo.

CONCLUSÕES

A caracterização do consumo do café pelas famílias botelhenses se deu a partir de três pontos principais sob os quais nos debruçamos nas análises, são eles: perfil do consumo de café das famílias, formas de preparo da bebida e a escolha do produto. A partir daí foi possível compreender as características da relação entre as famílias e o consumo do café.

Pautados nas análises realizadas foi possível compreender que a cultura do café no município de Botelhos, Minas Gerais é importante economicamente e culturalmente, e que a relação que essa população estabelece com a produção e o consumo do café é significativa e substancial.

Observou-se que existem muitos pontos a serem considerados pelas indústrias torrefadoras e ações ainda podem ser executadas com a finalidade de estimular o aumento do consumo de café.

AGRADECIMENTOS

À FAPEMIG e ao IFSULDEMINAS pelo apoio financeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIC. Tendências de Consumo de Café- VI, 2008. Disponível em: <http://www.abic.com.br/media/EST_PESQTendenciasConsumo2008.pdf>. Acesso: 23 mai. 2013.

ABIC. Tendências de Consumo de Café- VII, 2009. Disponível em: <http://www.abic.com.br/publique/media/EST_PESQTendenciasConsumo2009.pdf>. Acesso: 08 jul. 2013.

ABIC. Indicadores da indústria do café no Brasil, 2011. Disponível em < <http://www.cncafe.com.br/ba/file/Indicadores%20da%20ind%C3%83%C2%BAstria%20de%20caf%C3%83%C2%A9%20n%20Brasil%20-%202011.pdf>>. Acesso: 11 jul. 2013.

ABREU, G. M.; LUNA, R. M.; SETTE, R. de S. Café na merenda escolar: pesquisa com professores do ensino fundamental. In: Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil e Workshop Internacional de Café & Saúde, (3.: 2003 : Porto Seguro). Anais. Brasília, DF : Embrapa Café, 2003. (447p.), p. 368-369.

ARRUDA, A. C.; FERREIRA, M. A. M.; MINIM, V. P. R. Perfil dos consumidores de café da cidade de viçosa/mg: um estudo exploratório. In: V SIMPÓSIO DE PESQUISA DOS CAFÉS DO BRASIL, 2007, Águas de Lindóia. Anais Eletrônicos... Brasília, DF: Embrapa Café, 2007. Disponível em: <http://www.sbicafe.ufv.br/bitstream/handle/10820/1929/179995_Art330f.pdf?sequence=1> Acesso em 20 de agosto de 2013.

DELLA LUCIA, S.M; MINIM, V. P. R.; SILVA, C. H. O.; MINIM, L. A. Fatores da embalagem de café orgânico torrado e moído na intenção de compra do consumidor. Ciência e Tecnologia de Alimentos, Campinas, n.27, v.3, p. 485-491, jul.-set. 2007.

IBGE. Pesquisa de produção Agropecuária Municipal- 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/ppm/2010/default.shtm>>. Acesso: 20 ago 2013.

GUERRERO, L. et al. Consumer attitude towards store brands. Food Quality and Preference, v. 11, n. 5, p. 387-395, 2000.