

ESTUDO DO HÁBITO DE CONSUMO DA BEBIDA DO CAFÉ E A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO SOBRE SUA QUALIDADE GLOBAL (TRADICIONAL, SUPERIOR E GOURMET)

NATÁLIA M. D. JUNQUEIRA¹; ALINE O. GARCIA²; CÉZAR A. F. ANSELMO³

Nº 11224

RESUMO

As Resoluções SAA 30 e 31, de 22/06/2007, e SAA 19, de 05/04/2010, têm como objetivo fixar a identidade e as características mínimas de qualidade a que devem atender o Café Torrado em Grão e o Café Torrado e Moído e definem as diferentes qualidades quanto às características sensoriais como café de qualidade Tradicional, Superior e Gourmet. O objetivo deste trabalho foi avaliar a aceitabilidade do consumidor quanto a seis amostras de café, preparados por percolação, sendo elas previamente classificadas por equipe selecionada quanto à qualidade global como Tradicional, Superior e Gourmet. Os consumidores foram também questionados quanto aos hábitos de consumo da bebida do café e a importância da informação sobre a qualidade global, dentre outras informações, na embalagem do produto. Os resultados mostraram que, considerando um balanço geral de todos os atributos analisados em cada amostra, o café Tradicional foi o de melhor aceitação pelos consumidores. O consumidor de café, também mostrou gostar menos do café Não Recomendável nos quesitos aroma e sabor comparado ao café Tradicional. O motivo pelo qual não houve uma maior aceitação de cafés de qualidade Gourmet em comparação com o produto Tradicional provavelmente se deve ao fato de que os consumidores em questão estão acostumados a consumir uma bebida mais rústica quanto ao sabor, um pouco mais amarga e menos ácida. Esta preferência provavelmente só aconteça quando a análise é feita com a bebida preparada por percolação, pois uma bebida preparada em máquina de café expresso extrai melhor os sabores e aromas, deixando mais evidente a qualidade do café em questão. Considerando que menos da metade dos consumidores levam em conta os selos de pureza e qualidade da ABIC no momento da compra, podemos ressaltar a importância da informação contida na embalagem do produto, dentre outras maneiras, para conscientização do consumidor quanto a qualidade do café que compra.

¹ Bolsista CNPq: Graduação em Eng. de Alimentos, UNICAMP, Campinas-SP, nataliajunqueira@gmail.com.

² Orientadora: Pesquisadora, LAFISE/ITAL, Campinas-SP. alinegarcia@ital.sp.gov.br

³ Estatístico, LAFISE/ITAL, Campinas-SP.

ABSTRACT

Resolutions SAA 30 and 31, dated 06/22/2011 and SAA 19 dated 04/05/2011 aim to define a standard of identity and minimum quality characteristics for roasted coffee beans or roasted and milled coffee, as well as to classify different quality aspects of coffee in terms of its sensory characteristics like Traditional, Superior and Gourmet. The goal of this work is to evaluate the consumer's preference among six coffee samples prepared by the regular drip method and previously classified by trained panel in Traditional, Superior and Gourmet. Consumers were also asked about their consumption habits and the importance of global quality standards, among other information, on the coffee package. Results showed that, considering an overall balance of all the analyzed attributes in which sample, the Traditional coffee was the most accepted by the consumers followed by the Superior coffee. The reason why Gourmet coffees weren't so accepted must be because consumers are used to buy the Traditional one on the market, and thus, they aren't used to the high acidity and low bitterness of Gourmet coffees. This preference must not be the same when coffees are prepared in spresso machines, since they have their taste and aroma better extracted, letting more clear the coffee quality. Considering that less than half part of consumers regard about ABIC Purity and Quality Seals when buying coffee, we can emphasize the importance of this kind of information on product's package to spread the knowledge of coffee quality to consumers.

INTRODUÇÃO

O perfil do consumidor de café está mudando. Estudos comprovam que o consumidor está cada vez mais exigente, o que faz com que aumente a venda de cafés de melhor qualidade. Isto acontece principalmente devido ao aumento do consumo de cafés expresso, onde o sabor e o aroma se tornam mais evidentes, acentuando tanto as características positivas quanto as negativas do produto (PINO, 2008).

Saber o que os consumidores esperam é muito importante para quem está buscando o desenvolvimento de novos produtos e procurando novos mercados. Fatores como o investimento em marketing e controle de qualidade tem sido uma arma eficaz da cafeicultura brasileira para o aumento do consumo interno. O Programa do Selo de Pureza, criado pela ABIC em 1989, foi a primeira iniciativa dessa entidade para impulsionar o consumo através da melhoria da qualidade, com sucesso reconhecido mundialmente (ABIC, 2011b).

Em 2004, a ABIC deu mais um passo com uma segunda iniciativa, o lançamento do PQC - Programa de Qualidade do Café. Uma das finalidades do programa é informar a qualidade do café que está sendo vendido, além de permitir que o consumidor identifique o tipo de grão utilizado por cada produto e, com isso, escolher o sabor que mais lhe agrada, aumentando assim a satisfação e o consumo da população (ABIC, 2011a).

A Instrução Normativa 16, de 24 de maio de 2010, que ainda não está em pleno vigor, estabelece um padrão mínimo de qualidade para café torrado e moído brasileiro. Esta instrução normativa regulamenta a qualidade tanto física quanto sensorial do café. De acordo com a análise física, só poderão ser comercializados cafés com até 1% de impurezas (cascas, paus e outras matérias estranhas) e nível de umidade de até 5%. Para a análise sensorial, só poderão ser comercializados cafés com qualidade global igual ou superior a 4 pontos, em uma escala de zero a dez. A análise física do café entrou em vigor em fevereiro de 2011, como era previsto. Porém, pela alegação de dificuldades para a formação, treinamento e calibração dos provadores em todo o país, o governo suspendeu os efeitos da análise sensorial durante 24 meses a partir do suposto início da vigência (BRASIL, 2010).

Desta maneira, podemos perceber a importância da Análise Sensorial quando está em questão a classificação, comercialização e consumo de café.

Este trabalho teve como objetivo avaliar a preferência do consumidor quanto a seis amostras de café preparados por percolação, sendo eles de qualidade Não

Recomendável, Tradicional Rio, Tradicional, Superior, Gourmet Spresso e Gourmet Exportação e também avaliar hábitos de consumo da bebida do café e qual a importância da informação sobre a qualidade global, entre outras informações, na embalagem do produto pela perspectiva do consumidor.

MATERIAL E MÉTODOS

Para o presente estudo foram utilizados cafés torrados e em grãos fornecidos por uma empresa de grande porte, classificados em seis qualidades diferentes quanto ao grão cru, as quais serão aqui nomeadas com as letras de A à F. As amostras foram armazenadas em geladeira, com controle de temperatura entre 6 a 9°C, para que não perdessem suas características sensoriais ao longo do tempo.

A análise sensorial descritiva quantitativa simplificada (ADQ simplificada) das bebidas foi realizada de acordo com as Resoluções SAA 19, de 05/04/2010, SAA30, de 22/06/2007, e SAA31, de 22/06/2007, por uma equipe composta por dez julgadores previamente selecionados e treinados, fazendo uso de escala não estruturada de 0 a 10 cm para avaliação da fragrância do pó, aroma da bebida, defeitos, acidez, amargor, sabor, sabor residual, adstringência e corpo da bebida, com avaliação final da qualidade global. Estas resoluções classificam os cafés, de acordo com as notas atribuídas para qualidade global, como tradicionais (4,5 a 6), superiores (6,0 a 7,3) e gourmets (7,3 a 10,0) (SÃO PAULO, 2007a; SÃO PAULO, 2007b; SÃO PAULO, 2010).

Para o teste de aceitabilidade foram utilizados setenta e cinco consumidores de café, sem restrições quanto ao sexo, idade, classe social e frequência de consumo. Foram feitas perguntas quanto aos seus costumes de compra e consumo, como os critérios de escolha do café, quais informações contidas na embalagem eles levam em conta e se têm intenção de pagar mais por um café de melhor qualidade. Também foram realizadas análises sensoriais das seis amostras quanto à apreciação de modo geral, aroma da bebida, corpo, sabor, intensidade do sabor, intensidade da acidez e intensidade do amargor. As cinco primeiras características foram apresentadas em escala hedônica de 9 pontos (9 = gostei muitíssimo; 1= desgostei muitíssimo), e as três últimas em escala do ideal de 7 pontos (7 = muito mais intenso do que eu gosto, 1 = muito menos intenso do que eu gosto).

Todas as análises foram realizadas em cabines individuais com sistema computadorizado *Compusense Five* versão 4.8, iluminação vermelha para o teste de ADQ e fluorescente para o de aceitabilidade. As bebidas foram preparadas através de

percolação com uso de filtro de papel, na proporção de 50g de café para 500ml de água a temperatura de 92°C.

A apresentação das amostras para o teste de ADQ foi feita em xícaras de fundo preto de 50ml, sendo elas codificadas com números de três dígitos aleatórios e com comparação com bebida padrão, sendo este teste realizado em quadriplicata para cada amostra. Já no teste de aceitabilidade, as bebidas foram servidas em copos plásticos de 70ml contendo 50ml de café e codificadas com números de três dígitos aleatórios. A apresentação da bebida foi feita em blocos completos com apresentação parcial e balanceada das amostras, sendo apresentadas três amostras em cada sessão, totalizando duas sessões.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo informações da empresa fornecedora dos grãos de café, a amostra A deveria conter grãos de qualidade inferior, a amostra B grãos de qualidade Tradicional Rio, a amostra C grãos de qualidade Tradicional Dura, a amostra D grãos de qualidade Superior e as amostras E e F grãos de qualidade Gourmet.

A Tabela 1 apresenta os resultados do teste de Análise Descritiva Quantitativa simplificada com equipe treinada, mostrando as notas obtidas para cada quesito avaliado, assim como para qualidade global das amostras. Estas foram classificadas em tradicional, superior ou gourmet de acordo com a nota obtida por cada uma das amostras para qualidade global.

Como podemos ver na Tabela 1, a amostra A, que supostamente teria qualidade não recomendável, obteve notas que o enquadram na classificação tradicional. De acordo com o teste de Tukey, as três amostras de qualidade tradicional (A, B e C) só obtiveram diferenças significativas quanto ao sabor.

Para os testes com a amostra D, obtiveram-se resultados dentro do esperado, sendo esta amostra classificada como superior. As amostras E e F foram classificadas como tendo qualidade gourmet, sendo que não obtiveram diferenças significativas entre si quanto a nenhum quesito.

TABELA 1: Resultados do teste de ADQ simplificado para as seis amostras.

Atributo	A	B	C	D	E	F	D.M.S.
Fragrância	5,4 ± 0,3 b	5,6 ± 0,3 b	5,5 ± 0,2 b	6,4 ± 0,2 c	7,4 ± 0,2 a	7,4 ± 0,2 a	0,26
Aroma da bebida	4,8 ± 0,2 b	4,9 ± 0,2 b	5,0 ± 0,2 b	6,5 ± 0,2 c	7,1 ± 0,1 a	7,1 ± 0,1 a	0,24
Defeitos	5,1 ± 0,3 b	4,8 ± 0,3 b	4,8 ± 0,2 b	3,0 ± 0,2 c	0,8 ± 0,1 a	1,0 ± 0,3 a	0,32
Acidez	2,2 ± 0,2 b	2,4 ± 0,2 b	2,4 ± 0,1 b	3,9 ± 0,2 c	3,4 ± 0,1 a	3,3 ± 0,2 a	0,23
Amargor	5,3 ± 0,4 b	5,1 ± 0,4 b	5,3 ± 0,2 b	4,1 ± 0,3 c	2,6 ± 0,2 a	2,6 ± 0,2 a	0,36
Sabor	4,5 ± 0,2 b	4,7 ± 0,2 bd	4,8 ± 0,2 d	6,6 ± 0,1 c	7,3 ± 0,1 a	7,2 ± 0,1 a	0,21
Sabor Residual	4,6 ± 0,2 b	4,7 ± 0,2 b	4,8 ± 0,2 b	6,6 ± 0,1 c	7,1 ± 0,1 a	7,2 ± 0,2 a	0,22
Adstringência	4,8 ± 0,4 b	4,7 ± 0,3 b	4,8 ± 0,3 b	3,0 ± 0,3 c	0,9 ± 0,2 a	1,0 ± 0,3 a	0,33
Corpo	5,3 ± 0,3 b	5,4 ± 0,2 b	5,5 ± 0,2 b	6,6 ± 0,2 c	7,0 ± 0,1 a	7,0 ± 0,1 a	0,23
Qualidade Global	4,7 ± 0,2 b	4,9 ± 0,2 b	4,9 ± 0,2 b	6,4 ± 0,2 c	7,4 ± 0,1 a	7,4 ± 0,1 a	0,23

*Resultados expressos em média ± desvio padrão de quatro repetições.

**D.M.S.: Diferença mínima significativa ao nível de erro de 5% (Teste de Tukey). Para cada atributo, valores seguidos de letras diferentes, são estatisticamente diferentes ($p < 0,05$).

No teste de aceitabilidade, uma das perguntas feitas ao consumidor quanto aos critérios de escolha no momento da compra. Dentre os 75, a grande maioria (72,0%) disse escolher seu café por considerá-lo de boa qualidade ou de marca já conhecida (57,3%). Uma taxa correspondente a 52,0% escolhe o café pelo sabor que lhe agrada, 29,3% pelo preço no mercado e 29,3% por já ter o hábito de comprar tal produto. Apenas 5,3% dos consumidores disse considerar as informações contidas no rótulo. Este último dado é um indício da falta de informação do consumidor quanto às informações contidas no rótulo, que podem ser de grande utilidade no momento da compra.

Também foi perguntado ao consumidor que informações contidas no rótulo ele leva em consideração para escolher o café que vai comprar. Para auxiliá-los na resposta, foi dada uma folha com as imagens dos símbolos correspondentes a cada selo de qualidade. A maioria (64,0%) mostrou considerar informações sobre o tipo de café, como por exemplo as designações extra forte, forte, especial, premium, spresso e exportação. Os selos da ABIC ficaram em segundo patamar na preferência do consumidor, sendo que 40,0% das pessoas considera o Selo de Pureza ao comprar seu café e 43,3% considera o Selo de Qualidade. Uma percentagem de 24,0% mostrou considerar a composição do café (proporção de arábica e robusta) e poucos ainda disseram considerar se o café é orgânico, sustentável, premiado em concurso

ou possui o selo fair trade, que mostra que o café foi produzido e comercializado com um comércio justo e solidário.

Uma taxa bastante alta dos consumidores (78,6%) mostrou estar disposta a pagar um valor mais alto por cafés que possuam algum diferencial, como uma boa classificação da bebida ou a presença de selos de qualidade. Uma percentagem de 13,3% mostrou indiferença em relação ao assunto e 8,0% considera não valer a pena desembolsar um valor maior. Diante destes números, é possível notar um nicho de mercado bastante promissor para cafés certificados e de maior qualidade.

A tabela 2 apresenta a média dos resultados do teste de aceitabilidade quanto às diferentes características para as 6 amostras.

TABELA 2: Resultados do teste de aceitabilidade para as seis amostras*.

		A	B	C	D	E	F	D.M.S.**
HEDÔNICA	Modo Geral	5,3 ± 2,0 a	6,0 ± 1,8 a	6,0 ± 1,8 a	5,8 ± 1,7 a	5,8 ± 1,6 a	5,4 ± 1,9 a	0,77
	Aroma	5,4 ± 2,0 b	6,0 ± 1,8 ab	6,2 ± 1,6 a	6,2 ± 1,6 a	6,1 ± 1,5 a	5,8 ± 1,9 ab	0,74
	Corpo	6,3 ± 1,4 abc	6,3 ± 1,5 abc	6,7 ± 1,1 a	6,6 ± 1,2 ab	6,1 ± 1,4 bc	5,7 ± 1,7 c	0,59
	Sabor	5,0 ± 2,1 b	5,7 ± 2,0 ab	5,9 ± 2,0 a	5,6 ± 1,7 ab	5,6 ± 1,7 ab	5,3 ± 2,0 ab	0,83
IDEAL	Sabor	4,0 ± 1,4 b	3,8 ± 1,1 b	4,5 ± 1,2 a	4,3 ± 1,2 ab	3,9 ± 1,3 b	3,8 ± 1,2 b	0,48
	Acidez	4,4 ± 1,1 a	4,3 ± 1,0 a	4,4 ± 1,0 a	4,6 ± 1,0 a	4,4 ± 1,1 a	4,5 ± 1,2 a	0,48
	Amargor	4,7 ± 1,3 a	4,4 ± 1,1 a	4,6 ± 1,3 a	4,7 ± 1,2 a	4,7 ± 1,3 a	4,5 ± 1,4 a	0,51

*Resultados expressos em média ± desvio padrão.

**D.M.S.: Diferença mínima significativa ao nível de erro de 5% (Teste de Tukey). Para cada atributo, valores seguidos de letras diferentes, são estatisticamente diferentes ($p < 0,05$).

Quanto à aceitabilidade de modo geral, não houve diferenças significativas entre as médias das amostras. Apesar disso, as amostras C, D e E foram melhores aceitas quanto ao aroma que a amostra A, como destacado em negrito. Quanto ao sabor, a amostra C foi mais aceita do que a amostra A. Esta última amostra, de qualidade não recomendável, obteve a menor média nos quesitos aroma e sabor, como era de se esperar. Os resultados da equipe treinada distinguem as amostras em grupos ABC, D e EF, porém o consumidor não faz tal distinção provavelmente porque ele está habituado a beber o café de qualidade tradicional e o considera como sendo o de melhor aceitabilidade.

Quanto ao corpo, a amostra C foi mais aceita do que as amostras E e F; as amostras A e B, com médias intermediárias, não diferiram das demais. O perfil que notamos quando observamos os resultados obtidos da análise sensorial com equipe

treinada é um aumento do corpo e uma diminuição da adstringência conforme melhora a qualidade do café, ou seja, da amostra A para a F. Isso causa o questionamento se o consumidor nota as diferenças entre corpo e adstringência ou considera a percepção de sensação na boca como um conjunto dos dois quesitos, sem a distinção de ambos.

Quanto à intensidade de sabor ideal, a amostra C obteve média entre “do jeito que eu gosto” e “um pouco mais forte do que eu gosto” e foi considerado mais intenso do que as amostras A, B, E e F, com médias próximas à “do jeito que eu gosto”; o café D não diferiu dos demais.

Também não houve diferença significativa entre as amostras quanto à intensidade ideal da acidez e do amargor. De um modo geral, quanto melhor o café, maior sua acidez e menor seu amargor. É este perfil que notamos quando observamos os resultados obtidos da análise sensorial com a equipe treinada (ADQ) para as mesmas amostras. Porém, não é isso que vemos nos resultados de aceitabilidade: as médias quanto à acidez não têm diferença significativa. Isso provavelmente ocorreu porque o consumidor não consegue diferenciar o sabor ácido e o azedo e também pela interferência do uso do açúcar ou adoçante durante a prova.

CONCLUSÃO

Através dos resultados obtidos neste trabalho foi possível perceber que o consumidor de café, quando considerado um balanço geral de todos os atributos analisados, mostrou preferir o café Tradicional e o café Superior aos de melhor qualidade. O consumidor de café, também mostrou gostar menos do café Não Recomendável nos quesitos aroma e sabor comparado ao café Tradicional, sendo o café Tradicional uma bebida mais rústica, de maior amargor e menor acidez. Isso ocorre, provavelmente, pelo fato de o consumidor estar mais acostumado a comprar este tipo de produto e, por isso, o considera mais apropriado ao seu paladar. Podemos perceber assim que um café de maior qualidade não é necessariamente o mais bem aceito pela população.

AGRADECIMENTOS

Ao CNPQ – PIBIC, pela bolsa concedida.

Ao LAFISE – ITAL, pela oportunidade de estágio.

Ao grupo Melitta, pelas amostras cedidas.

REFERÊNCIAS

ABIC. Programa de Qualidade do Café – Qualidade do café. Disponível em: <<http://www.ABIC.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=15>>. Acesso em: janeiro de 2011a.

ABIC, Selo de Pureza. Disponível em: <<http://www.ABIC.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=14>>. Acesso em: janeiro de 2011b.

BRASIL. Ministério da Agricultura. Instrução Normativa nº16, de 24 de maio de 2010. Regulamento Técnico para o Café Torrado em Grão e para o Café Torrado e Moído. Diário Oficial, Brasília, 2010.

SÃO PAULO. Secretaria de Agricultura e Abastecimento, Resolução SAA 19, de 05/04/2010. Norma de Padrões Mínimos de Qualidade para Café Torrado em Grão e Torrado e Moído – Característica: Café Tradicional. São Paulo, 2010.

SÃO PAULO. Secretaria de Agricultura e Abastecimento, Resolução SAA 30, de 22/06/2007. Norma de Padrões Mínimos de Qualidade para Café Torrado em Grão e Torrado e Moído – Característica Especial: Café Superior. São Paulo, 2007a.

SÃO PAULO. Secretaria de Agricultura e Abastecimento, Resolução SAA 31, de 22/6/2007. Norma de Padrões Mínimos de Qualidade para Café Torrado em Grão e Torrado e Moído – Classificação Especial: Gourmet. São Paulo, 2007b.

PINO, F. A.; VEGRO, C. L. R. Café: um guia do apreciador. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.