

# FATORES QUE INFLUENCIAM NO CONSUMO DE CAFÉ

*Data de aceite: 03/04/2023*

**Fernanda da Silva Borges**

UFCat

**Priscila Gabrielle Dutra Alves**

UFCat

**Thayannah Kyara Veras de Azevedo**

UFCat

**Vitória Regina Vieira dos Santos**

UFCat

**Silvia Parreira Tannús**

UFCat

**RESUMO:** O café é um produto consumido mundialmente, mais que uma bebida, ele é um elemento cultural. Diante disso, entender melhor os hábitos que envolvem o consumo de café e a percepção do consumidor sobre esse produto torna-se importante para todo o setor cafeeiro. Este estudo teve por objetivo avaliar o comportamento de um grupo de consumidores para entender o que é mais importante na hora de adquirir café. Como no Brasil a forma mais popular da bebida é o café coado foram pesquisadas 51 pessoas com idade entre 18 e 39 consumidoras de café torrado e moído. Individualmente, eles foram submetidos a uma degustação

às cegas de 3 marcas de café, em seguida, foram entrevistados. Os três produtos testados foram escolhidos por meio de um levantamento realizado com os produtos mais populares nos supermercados dentro da faixa de preço de R\$18,50 a R\$23,99 (em agosto de 2022). Os cafés foram preparados com coador de papel na proporção de 40 gramas de café para 500 ml de água. A temperatura da água em 94 °C a fim de preservar o sabor e realçar o aroma. O café coado foi servido em copo de cor branca para que não houvesse distorção visual. Entre a degustação de cada bebida houve um intervalo de 1 minuto para a ingestão de água com gás para limpeza do paladar. Entre os entrevistados, 58,8% tomam café coado três vezes ao dia, 27,5% apenas uma vez e 13,7% dizem consumir duas vezes. O consumo maior é na faixa entre 19 e 20 anos (19,6%). Dentre os fatores que mais influenciaram no momento da compra, o preço foi considerado por 43,1% dos entrevistados, igualmente por homens e mulheres, com idade entre 20 e 22 (54,6%), o mais relevante. O segundo fator que mais influenciou a escolha do café para 37,3% dos entrevistados, na sua maioria homens (57,9%) com idade entre 19 e 23 (47,4%), foi o sabor. O aroma foi considerado importante

para 13,7% e a marca para apenas 5,9%, em sua maioria homens (57,1%) em idade 20 e 23 (57,2%) e mulheres (42,9%) em idade 18 e 20 (42,9%) respectivamente. Entre o público pesquisado 51,3% em sua maioria homens com idade entre 19 e 23 (41,1%) experimentaram e tem o hábito de consumir café sem adição açúcar. Tendo em vista os resultados, percebe-se que o comportamento de compra do consumidor está mudando e está sendo afetado por alterações exteriores. A valorização do sabor pode ser comprovada na preferência da bebida sem açúcar. Além disso, para a faixa pesquisada e a características dos produtos pesquisados (populares), o preço ainda é o fator que mais influencia a compra.

**PALAVRAS-CHAVE:** Café, Comportamento, Preço.

**SORAYA ARAUJO UCHOA CAVALCANTI** - Doutorado (2015) e Mestrado (2001) em Serviço Social pela UFPE, Especialista em Serviço Social, Direitos Sociais e Competências Profissionais pela UNB. Atua na Saúde Pública há duas décadas no Sistema Único de Saúde – SUS, acompanhando Discentes e Residentes em Saúde. Coordena a Residência Multiprofissional na Rede de Atenção Psicossocial da Secretaria de Saúde da Cidade do Recife, exercendo a docência em nível de Pós Graduação na modalidade de Residência nas disciplinas de Bioética, Promoção da Saúde, Segurança do Paciente no contexto da Rede de Atenção Psicossocial – RAPS, Política de Saúde e Saúde Mental, Álcool e outras Drogas, dentre outras. Coordena o *Programa de Extensão Saberes e Práticas no SUS: Discutindo Promoção da Saúde*, na Universidade de Pernambuco, com atividades iniciadas em 2016, ainda no formato de projeto de extensão, enquanto devolutiva do processo de doutorado, orientando discentes e Residentes na área de saúde em atividades de extensão universitária incluindo orientação de monitoria voluntária em cursos e eventos de extensão; desenvolvendo atividades formativas – cursos, grupos de estudos, encontros, oficinas e outros – voltadas para a qualificação de recursos humanos e melhoria da qualidade dos serviços prestados à população usuária do SUS. Coordena o Ciclo de Estudos e Debates em Saúde Pública, atividade de extensão, que tem dentre os seus objetivos incentivar a produção acadêmica através de estudos, pesquisas e produção de textos com vistas à popularização da ciência e tecnologia. O *Programa de Extensão Saberes e Práticas no SUS: Discutindo Promoção da Saúde* atua nas seguintes áreas temáticas: Promoção da Saúde, Prevenção e Enfrentamento das Violências, HIV/AIDS no contexto do enfrentamento da Epidemia, Serviço Social e Políticas Sociais no Brasil; Saberes e Práticas nas Mídias.