

Engenharia de Alimentos

Decifrando rótulos de cafés especiais: influência dos atributos na aceitação do consumidor

Julia Pereira de Bessa Silva - 10º período de Engenharia de alimentos, bolsista PIBIC/UFLA

Beatriz Akemi Ishida - 8º período de Engenharia de alimentos, iniciação científica voluntária

Katiúcia Alves Amorim - Coorientadora DCA, UFLA

Jéssica Ferreira Rodrigues - Orientadora DCA, UFLA. - Orientador(a)

Resumo

O mercado de cafés especiais tem se expandido rapidamente, acompanhado de rótulos cada vez mais detalhados, que incluem informações sobre origem, preparo, certificações e atributos sensoriais. Entretanto, não está claro quais elementos realmente influenciam a atenção e a aceitação do consumidor. Com isso, este estudo teve como objetivo identificar quais informações do rótulo contribuem para a aceitação de cafés especiais, utilizando o método Preference Sorting (PS). O PS é uma variação da técnica de Sorting, no qual consiste em agrupar amostras de acordo com similaridades percebidas, geralmente de ordem sensorial. Já o PS, além desse agrupamento, incorpora o critério de preferência, permitindo identificar não só semelhanças, mas também os atributos que orientam a aceitação do consumidor. O experimento foi conduzido com 101 participantes, entre 18 e 50 anos, em cabines individuais no Laboratório de Análise Sensorial da Universidade Federal de Lavras. Cada participante avaliou 12 rótulos de cafés especiais, agrupando-os por aceitação e, em seguida, atribuindo notas em escala hedônica de 1 a 9, variando de "desgostei muitíssimo" a "gostei muitíssimo" a cada grupo. Em seguida, os participantes justificaram suas escolhas, apontando quais elementos dos rótulos influenciaram sua avaliação, o que possibilitou identificar os atributos mais relevantes para a aceitação. Os dados foram analisados por frequência de citações e submetidos a ANOVA, seguida do teste de Tukey ($p < 0,05$). Os resultados indicaram que os atributos sensoriais foram os mais valorizados (59,8%), seguidos por denominação de venda (44,6%) e identificação de origem (40,6%). Já informações obrigatórias como prazo de validade (13,9%), tipo de moagem (12,9%), lote (5%), presença de glúten (3%) e conteúdo líquido (2%) tiveram baixa relevância. As notas de aceitação variaram de 5,44 (amostra L) a 6,40 (amostra I), indicando avaliação moderada, sem rejeições. Dessa forma, conclui-se que os consumidores priorizam atributos sensoriais e autenticidade na decisão de compra, enquanto informações técnicas obrigatórias têm pouca influência. Portanto, é crucial investir em rótulos que destacam qualidade sensorial, origem e certificações para atrair consumidores e fortalecer o posicionamento dos cafés especiais no mercado.

Palavras-Chave: Cafés especiais, Análise sensorial, Aceitação do consumidor.

Instituição de Fomento: PIBIC UFLA

Link do pitch: https://youtu.be/GmCEslp_3W0?si=vYDmnNxYg01xHUi_