

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

FELIPE AUGUSTO LIMA

**PERFIL DE CONSUMO DE CAFÉ POR ALUNOS E SERVIDORES DA
UTFPR – *CAMPUS* CAMPO MOURÃO**

CAMPO MOURÃO

2023

FELIPE AUGUSTO LIMA

**PERFIL DE CONSUMO DE CAFÉ POR ALUNOS E SERVIDORES DA
UTFPR – *CAMPUS* CAMPO MOURÃO**

**Coffee consumption profile among students and staff at utfpr – campus
campo mourão**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Alimentos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Orientadora: Prof^(a). Dr^(a). Renata Hernandez Barros Fuchs.

Coorientadora: Prof^(a). Dr^(a). Flávia Aparecida Reitz Cardoso.

CAMPO MOURÃO

2023



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Esta licença permite compartilhamento, remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es). Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

FELIPE AUGUSTO LIMA

**PERFIL DE CONSUMO DE CAFÉ POR ALUNOS E SERVIDORES DA
UTFPR – *CAMPUS* CAMPO MOURÃO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Alimentos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Data de aprovação: 14/dezembro/2023

Renata Hernandez Barros Fuchs
Doutorado em Ciências de Alimentos
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Angela Maria Gozzo
Doutorado em Engenharia de Alimentos
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Augusto Tanamati
Doutorado em Química
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

CAMPO MOURÃO

2023

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois a cada dia dessa jornada pude ter minha fé renovada de diversas maneiras e conforme a tua vontade segui os meus passos confiando sempre em suas mãos.

A minha mãe Claudia Regina Irmer, uma companheira e batalhadora que sempre com todo amor do mundo pode me ensinar os meus valores, me inspira diariamente e me auxilia nesta etapa da vida. Ao meu pai, Tadeu Rodrigues de Lima, um exemplo de trabalhador que me ensinou que na vida podemos encontrar obstáculos e dores, mas que podemos ser mais fortes que tudo e se tivermos vontade nada pode nos impedir.

A uma pessoa muito especial no momento final deste ciclo, Luís Fernando Santos, agradeço o companheirismo, amizade, inspiração e por todo o amor e ajuda em todas as etapas que passamos, ao seu lado tudo se tornou mais fácil e possível.

A república manga forte que me acolheu durante os cinco anos da graduação, e onde descobri o verdadeiro significado de amizade. A equipe de *cheerleader* da Universidade Tecnológica de Campo Mourão, que modéstia parte, é a melhor equipe universitária do Paraná. Com vocês aprendi o significado de trabalho em equipe e disciplina.

A minha querida professora e orientadora Renata Hernandez Barros Fuchs agradeço a paciência e ajuda em toda essa etapa, sua brilhante orientação permitiu com que tudo isso fosse possível. E a coorientadora Flávia Aparecida Reitz Cardoso agradeço a ajuda nos ajustes finais.

Agradeço a todos os que um dia já sentiram orgulho de mim, mas que não poderão ler esse agradecimento, em especial a minha avó Zulmira de Favero que foi minha segunda mãe e acredito que de onde ela estiver, ela está radiante.

Agradeço imensamente a universidade Tecnológica Federal do Paraná e todos seus funcionários, pessoas que me ensinaram muito e um ambiente que disfrutei grandes momentos que ficaram marcos em minha vida.

RESUMO

Com seu consumo consolidado em todo o mundo, o café, como é utilizado atualmente, é uma bebida que já passou por inúmeras adaptações, fazendo parte da história, da cultura e do arranjo social de muitas civilizações. Tendo em vista a importância desse produto, conhecer o perfil de consumo em segmentos da população é relevante para direcionar estratégias de marketing ou segregar perfil de consumidores. O presente trabalho trata-se de um estudo para identificar o perfil de consumo de café de alunos e servidores da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, *campus* Campo Mourão. Ao longo deste trabalho, aplicou-se um questionário *on-line* contendo 22 perguntas, das quais cinco eram de natureza demográfica, nove eram de múltipla escolha e oito eram apresentadas em formato de caixa de seleção, gerando um total de 455 respostas completas. Este método permitiu a coleta de dados relevantes, abordando temas como cursos, renda, critérios de escolha, preferências e motivações para o consumo de café, entre outras questões pertinentes, os resultados foram tabulados e analisados de forma descritiva e trazem *insights* pertinente sobre o perfil de consumo dos participantes da pesquisa. O estudo do consumo de café na UTFPR revelou que o café se faz essencial nas rotinas acadêmicas e profissionais do campus, com prevalência de consumo nos intervalos das rotinas, sem preferência por horários específicos e forte conexão social. Já as motivações para evitar o café incluem a desaprovação do sabor. Os métodos tradicionais de consumo como o café em pó coado sejam adoçados ou não, e a fidelidade a marcas são notáveis. A cultura do café vai além da busca por energia, influenciando momentos sociais. Estes resultados oferecem *insights* valiosos revelando a preferência de acordo com o perfil do consumidor em uma comunidade acadêmica.

Palavras-chave: Café; Consumo; Perfil; UTFPR.

ABSTRACT

With its widespread consumption globally, coffee, as presently utilized, has undergone numerous adaptations, weaving into the history, culture, and social fabric of many civilizations. Given its significance, understanding consumption patterns within population segments is crucial for targeted marketing strategies or consumer profiling. This study focuses on identifying the coffee consumption profile of students and staff at the Federal Technological University of Paraná, Campo Mourão campus. Through an online questionnaire comprising 22 questions, including demographic details, multiple-choice queries, and checkbox-format inquiries, 455 complete responses were gathered. This method facilitated the collection of pertinent data on subjects like courses, income, selection criteria, preferences, and motivations for coffee consumption. The results, analyzed descriptively, provide insightful observations into the respondents' consumption profiles. The study of coffee consumption at UTFPR reveals its essential role in academic and professional routines, featuring daily prevalence, specific time preferences, and strong social connections. Reasons for abstaining from coffee include flavor disapproval. Notable aspects include traditional methods and brand loyalty. Coffee culture extends beyond energy-seeking, influencing social moments. These results offer valuable insights revealing preference according to the consumer profile in an academic community.

Keywords: Coffee; Consumption; Profile; UTFPR.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Gênero e Idade dos participantes da pesquisa.....	19
Figura 2 - Vínculo dos participantes da pesquisa com a UTFPR	20
Gráfico 1 - Renda per capita dos participantes da pesquisa.....	21
Gráfico 2 – Consumidores ou não da bebida.....	22
Gráfico 3 – Motivos do não consumo da bebida.....	22
Gráfico 4 – Substituição do café por outra bebida.....	23
Gráfico 5 – Motivos do consumo da bebida.....	24
Gráfico 6 – Sensação ao ingerir a bebida pelos participantes da pesquisa.....	25
Gráfico 7 – Formas de café consumidos pelos participantes da pesquisa.....	25
Gráfico 8 – Preferência de adoçamento no consumo da bebida.....	26
Gráfico 9 – Mudança nos hábitos de consumo da bebida.....	26
Gráfico 10 – Lembrança da natureza do início de consumo da bebida.....	27
Gráfico 11 – Frequência de consumo da bebida.....	28
Gráfico 12 – Fatores para o consumo da bebida.....	28
Gráfico 13 – Período de consumo da bebida pelos participantes da pesquisa....	29
Gráfico 14 – Influências na compra do café <i>in natura</i>	30
Gráfico 15 – Mudança de hábitos no consumo de café pós-covid-19.....	31

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	OBJETIVOS.....	10
2.1	Objetivo geral.....	10
2.2	Objetivos específicos.....	10
3	REVISÃO DE LITERATURA	11
3.1	O café no mundo	11
3.2	O café no Brasil	12
3.3	Principais formas de consumir a bebida café	13
3.3.1	Café moído e coado	13
3.3.2	Café solúvel.....	14
3.3.3	Café expresso e em cápsulas	15
3.4	Perfil de consumo de café	16
4	METODOLOGIA	17
5	RESULTADOS E DISCUSSÕES	19
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
7	CONCLUSÃO	34
	REFERÊNCIAS.....	36
	APÊNDICE A - Questionário de coleta de dados da pesquisa	40
	APÊNDICE B - Termo de consentimento livre e esclarecimento	44

1 INTRODUÇÃO

O café, uma bebida que se tornou um hábito cultural importante desde sua descoberta e popularização, é reconhecido como um elemento crucial na história e economia do Brasil. De acordo com Carvalho (2017, p.269), apesar da ausência de registros oficiais sobre a origem do café, sabe-se que ele é originário das regiões de Kaffa e Ennarea, na Etiópia.

A expansão da produção e exportação de café no Brasil teve seu marco na década de 1816 e se estendeu até 1840, quando o país se estabeleceu como o maior produtor mundial do grão. A década de 1870 ficou marcada pelo período áureo do produto, conhecido como "Ciclo do Café", onde representou mais da metade das exportações brasileiras, atingindo impressionantes 56% do volume nacional de exportação (Martins, 2012, p. 20).

Contudo, ao longo de sua história no país, dois eventos impactaram profundamente sua produção e mercado. O primeiro foi a quebra da bolsa de Nova Iorque em 1929, que causou considerável oscilação na economia, sendo a recuperação do mercado do café alcançada somente em 1933. Já em 1975, condições climáticas desfavoráveis (a geada negra) atingiram a região norte do Paraná, maior produtora de café da época e resultaram em uma drástica redução na produção e devastação das plantações (Martins, 2008, p. 36). Entretanto, o Brasil continuou persistente e seguiu com a cultura do grão em suas terras.

Atualmente, a cafeicultura no Brasil está concentrada em seis estados: Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Paraná, Bahia e Rondônia. A diversidade social, cultural e edafoclimática dessas regiões evoluiu em diferentes tipos de café e distintas estruturas de produção, tecnologia e competitividade (Bliska *et al.*, 2019, p. 40).

Com base em dados da Abic (2022), o Brasil lidera o ranking de produção mundial, com cerca de 2,2 milhões de toneladas de café produzidos em 2022, e exportados 36,64 milhões de sacas do grão, com embarques para 145 países, destacando os destinos dos Estados Unidos, Alemanha, Itália, Bélgica e Japão. Seguindo o ranking, tem-se o Vietnã com 1,6 milhões de toneladas e Colômbia com 664,8 mil toneladas produzidas no ano de 2022.

Convém registrar ainda que, no período ora em destaque das exportações dos Cafés do Brasil, do volume total citado de 36,64 milhões de sacas, 32,85 milhões de sacas foram de café verde, que representaram (89,7%) desse total, sendo 31,47

milhões de sacas de *Coffea arabica*, aproximadamente (86%,) e 1,37 milhão de sacas de *Coffea canephora* (robusta e conilon), que representaram apenas (3,7%) do total geral. Em complemento, também foram exportadas na forma de café solúvel o equivalente a 3,74 milhões de sacas (10,2%), além de 45,2 mil sacas de café torrado e moído, quantitativo que representa em torno de 0,1% (Abic,2022).

O Brasil se consolida como maior produtor e exportador de café verde e o segundo maior consumidor da bebida de café torrado, sendo o grão uma das maiores commodity na economia do país. A cafeicultura desempenha um papel de enorme importância econômica para o Brasil (Associação Brasileira da Indústria de Café, 2021; Companhia Nacional de Abastecimento, 2022).

Com o mercado de café em constante evolução, as pressões e exigências dos consumidores mudaram ao longo do tempo. Antes conhecido como a bebida do dia a dia, preparado em pó e coado em coadores de pano, o café hoje é apreciado em diversas formas, incluindo cápsulas, cafés especiais e novos métodos de preparo, além de uma preocupação crescente com selos de certificações e o tipo de torra do grão. Esses fatores têm impulsionado o aumento no consumo e na qualidade da bebida (Costa, 2022, p. 18).

As diversas preferências de consumo podem variar de acordo com alguns fatores como a idade, o gênero, classe social e renda familiar, etnicidade, estilo de vida, hábitos preferenciais, localidade onde estes consumidores vivem, dentre outros fatores. Nos últimos anos, as pesquisas têm se dedicado a compreender os padrões de consumo de café em diferentes contextos, incluindo os ambientes acadêmicos por ser um local em que a bebida é frequentemente consumida (Martins, 2012, p. 27).

Destaca-se a relação entre o consumo de café e os níveis de energia, atenção e disposição proporcionados pela bebida, fatores estes que são bem-vindos ao nicho das universidades pela rotina que ali se estabelece.

Nesse sentido, a investigação do perfil de consumo de café por alunos e servidores das instituições de ensino superior torna-se relevante, considerando as possíveis diretrizes na saúde, produtividade e comportamento desses indivíduos. Compreender os hábitos de consumo desse público específico pode fornecer *insights* valiosos que direcionam o desenvolvimento de produtos a esse público.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Avaliar o perfil de consumo de café de alunos e servidores da UTFPR – *campus* Campo Mourão.

2.2 Objetivos específicos

- Elaborar questionário a ser utilizado como instrumento da pesquisa, coletando dados socioeconômicos e de hábitos de consumo de café;
- Encaminhar via e-mail institucional, o convite para participação na pesquisa e o questionário a alunos e servidores da UTFPR- *campus* Campo Mourão;
- Analisar as respostas fornecidas nos questionários de avaliação, obtendo a caracterização socioeconômica, sociodemográfica e cultural do público avaliado;
- Obter o perfil de consumo de café de servidores e alunos da UTFPR - *campus* Campo Mourão.

3 REVISÃO DE LITERATURA

3.1 O café no Mundo

Não há dados concretos sobre o descobrimento do café e sua trajetória no mundo, já que diversas versões e diferentes recortes são encontrados. Porém há relatos de que ele surgiu pela primeira vez no continente africano, em Kaffa e Ennarea, localizadas nas terras altas da Etiópia, onde faz parte da vegetação natural até hoje (Carvalho, 2017, p. 31).

A história do café como bebida, no entanto, remonta ao mundo árabe. A partir do século XV, o café começou a ser cultivado na península arábica, especialmente pelos monges da região do Iêmen, sendo, portanto, considerados os difusores da bebida por todo o mundo árabe. A partir disso, deu início a abertura dos primeiros comércios de cafés. Estes estabelecimentos eram frequentados por pensadores, artistas e poetas da época (Motta sobrinho, 1978).

Os árabes desenvolveram métodos similares a torrefação e preparo da bebida para consumo, e os cafés surgiram em cidades como Meca e Medina. Antes tinha seus frutos consumidos *in natura*, com suas folhas em infusão ou em forma de suco fermentado. Sendo assim, o hábito de tomar café foi associado à cultura árabe-islâmica como alternativa para resolver a proibição muçulmana ao consumo de álcool (Mistro, 2012).

A popularidade do café se iniciou no Oriente Médio, chegando à Pérsia, Egito, Síria e Turquia. No século XVII, foi onde se desenvolveram de fato os processos de torrefação e em seguida, os primeiros cafés foram abertos em cidades europeias como Veneza, Londres e Paris, período este que o café adquiriu a forma e o sabor que se conhece hoje. A bebida tornou-se rapidamente popular na Europa e, posteriormente, foi influenciada nas colônias americanas. (Martins, 2008; Rodrigues *et al.*, 2015).

Na Europa inicialmente era consumido como remédio para combater vários males e foram os comerciantes italianos que fundaram as primeiras cafeterias de fato, as chamadas *Botteghe del Caffé* (lojas de café), principal responsável pela popularização do hábito de torrar e moer o café para venda (Siqueira, 2005, p. 220).

O café só chegou ao Brasil graças à França, que após a implementação da cultura na Colônia das Antilhas e no Caribe, levou o grão à Colônia da Guiana Francesa, no atual Suriname, de onde seria transportado para o Brasil (Motta sobrinho, 1978). Segundo os dados coletados pela ABIC (2022) O país tornou-se o maior exportador mundial do grão ao fim do século XVIII e segue nesta posição até os dias atuais.

3.2 O café no Brasil

Inicialmente, o café era considerado um produto artesanal, consumido apenas pela elite em suas casas. No entanto, a partir do século XIX, a demanda por café cresceu exponencialmente, envolvendo-o em um bem de exportação crucial para a economia brasileira. Já na década de 1830, o café ocupava o primeiro lugar na balança comercial nacional e, em 1850, o Brasil era o maior produtor global, detendo impressionantes 40% da produção total (Arruda *et al.*, 2009, p. 32).

A ascensão da cafeicultura também trouxe desafios como as crises provocadas pela Primeira Guerra Mundial, geadas e pragas que prejudicam as lavouras, entre outros obstáculos (Beltrão, 2000). A crise econômica de 1929 agravou ainda mais a situação, causando uma queda significativa na procura e dificuldades na popularidade internacional do café. As exportações diminuíram e a receita interna foi abalada, levando o país a buscar a industrialização e a produção de seus próprios meios de consumo (Mazur, 2004).

Entretanto, com a recuperação da economia mundial após a crise econômica de 1929, a região Sudeste do Brasil, especialmente o estado de São Paulo, experimentou um renascimento econômico, impulsionado pela cafeicultura e pela indústria. O café brasileiro gradualmente retomou sua posição de destaque nas exportações e o país manteve-se como principal produtor mundial, além de se tornar o segundo maior mercado consumidor (Rodrigues, 2015).

Atualmente, o zoneamento agroclimático desempenhou um papel significativo no deslocamento espacial da cafeicultura pelo território nacional. A expansão para o Cerrado, especialmente nos estados de Minas Gerais e Espírito Santo, tornou-os líderes na produção do grão. Esse movimento, aliado à intervenção tecnológica, adoção de novas variedades e práticas agrícolas, solidificou a posição do Brasil como o maior produtor e exportador de café do mundo, sendo que o país possui extensa área produtiva e condições de clima e solo favoráveis que permitem

a produção de tipos variados de grãos e o cultivo em 15 regiões, garantindo a lavoura em praticamente todo o país. Diante de diversos climas, altitudes e tipos de solo, os produtores brasileiros obtêm variados padrões de qualidade e aromas, entre as duas espécies cultivadas, a arábica e a robusta, que permitem o desenvolvimento de bebidas varietais (única variedade) e de *blends* (misturas de tipos).

Outro fato relevante na qualidade do café é o tipo de colheita, sendo ela manual, permite-se uma colheita seletiva, contribuindo para um café com maior qualidade, ou as colheitas mecânicas, que são mais robustas e sem uma seleção criteriosa (Mapa, 2018).

Duas espécies são cultivadas no país e se destacam no cenário econômico, sendo elas a *Coffea Arabica* (café arábica) e a *Coffea Canephora*, a qual possui duas variedades mais conhecidas: o café robusta e o café conilon (Conab, 2015, p.22). Estas espécies arábica e *canephora* apresentam diferenças e ampla diversidade em variedades e linhagens com grande potencial econômico e adaptabilidade de cultivo (Machado *et al.*, 2020, p. 1355).

3.3 Principais formas de consumir a bebida café

O café, pode ser consumido de diferentes maneiras, desde tradicionalmente moído e coado em coador de pano, até em novas formas que se desenvolveram com as tecnologias no mercado, trazendo praticidade e inovações de sabores. A escolha muitas vezes depende do gosto pessoal e das preferências de cada consumidor.

3.3.1 Café moído e coado

O café em pó é a forma mais antiga e consumida até hoje, em todo o mundo. Para que o café em pó chegue aos consumidores finais, há várias etapas de fabricação, a começar pela escolha de qual variedade será utilizada para o plantio.

Após o transporte da muda para o cafezal, a primeira colheita demora cerca de 3 a 4 anos, sendo que pode ser feita de forma manual ou mecânica. Após a colheita, ocorre a lavagem e o despulpamento. Na sequência, esses grãos são levados para a fábrica e passam por um processo de secagem, torra, moagem, análise de qualidade, embalagem e comercialização (Mapa, 2018).

A torra do café é um processo crucial que influencia significativamente suas características distintas, influenciando o sabor, aroma e perfil geral da bebida final. Com base em estudos da (ABIC, 2022), existem vários tipos de torreficação de café, cada um contribuindo para características específicas. Os padrões de torrefação podem variar de acordo com as preferências regionais e a cultura local, abaixo segue as principais utilizadas no Brasil.

Torra clara (*Light*): Os grãos de café são torrados por um curto período em temperaturas mais baixas. Isso preserva os sabores originais dos grãos e resulta em uma bebida mais ácida e com mais cafeína. Grãos de café torrados dessa forma geralmente têm uma cor mais clara e destinados como cafés especiais.

Torra Média (*Medium*): Esta torra é um equilíbrio entre a clara e a escura. Os grãos são torrados por um período moderado, resultando em um café com características equilibradas de acidez e corpo. A cor dos grãos será marrom médio, adequada para métodos de preparo como coador e expresso.

Torra Escura (*Dark*): Os grãos são torrados por um período mais longo em temperaturas mais altas. Isso resulta em um sabor mais intenso e muitas vezes em notas de chocolate ou caramelo. A acidez é geralmente menor, e o corpo dos grãos é mais escuro, torra está mais utilizada no Brasil.

Torrefação Dupla: Envolve torrar os grãos duas vezes, geralmente começando com uma torra média e depois indo para uma torra mais escura, buscando opções para mascarar a torra alta. Isso pode criar uma combinação única de sabores.

3.3.2 Café solúvel

O café solúvel, também conhecido como café instantâneo, é uma forma prática e rápida de preparar a bebida de café sem a necessidade de equipamentos complexos ou longos processos de preparo. Essa inovação na indústria do café teve um impacto significativo na vida cotidiana das pessoas, tornando o café acessível a qualquer momento e lugar, e conquistando admiradores ao redor do mundo.

A história do café solúvel remonta ao século XIX, quando se buscava uma maneira de preservar o sabor do café sem o trabalho exigido pela tradicional moagem e infusão. Foi somente no início do século XX que o café solúvel ganhou popularidade, graças ao trabalho pioneiro do químico japonês Satori Kato (Lima e Ferrarezi, 2021).

A grande disseminação do café solúvel ocorreu durante a Segunda Guerra Mundial, quando a demanda por alimentos e bebidas práticas aumentou. Atualmente, no Brasil o processo de café solúvel em fábrica pode envolver uma etapa de secagem rápida com ar quente ou liofilização (seco a frio). Na liofilização, o extrato de café é congelado e cortado em pequenos pedaços, que são então secos em baixa temperatura sob vácuo. Hoje é amplamente comercializado por diversas marcas e é uma escolha popular para aqueles que buscam praticidade e sabor em um único produto. Além disso, a indústria do café solúvel continua inovando, oferecendo variedades de sabores, opções descafeinadas e até mesmo versões enriquecidas com nutrientes.

3.3.3 Café expresso e em cápsulas

A máquina de café expresso surgiu no final do século XIX, na Itália por Luigi Bezerra. Este método de preparação de café envolve uma passagem de água quente sob pressão através de grãos de café finamente moídos, resultando em uma bebida incorporada (Arruda, 2007, p. 2). As máquinas de café expresso eram inicialmente usadas em lanchonetes, oferecendo uma opção rápida para os clientes que desejavam uma xícara de café forte e concentrada. Hoje, o café expresso é uma parte fundamental da cultura do café em todo o mundo. Diversos métodos e técnicas foram desenvolvidos para aprimorar o processo de preparação, e o café expresso tornou-se uma base para muitas outras bebidas de café, como *cappuccinos*, *lattes* e *macchiatos*.

Já as cápsulas de café se iniciam no final do século XX, desenvolvidas pela empresa suíça *Nestlé*. A ideia inicial era criar um sistema que permitisse aos consumidores preparar uma xícara de café de alta qualidade de maneira rápida e conveniente. A empresa investiu em pesquisa e desenvolvimento para criar um método de encapsular café em doses individuais, mantendo suas características sensoriais preservadas (Arruda, 2007, p. 4).

As cápsulas de café são um método de preparo de café que se tornou popular devido à sua conveniência, simplicidade e sabores impulsionando outras empresas a desenvolverem suas próprias versões de cápsulas de café. Hoje, existem várias marcas e sistemas diferentes no mercado, cada um com suas próprias variações de cápsulas e máquinas, tornando-se populares devido à sua praticidade, preços

atrativos, consistência na qualidade do café e à capacidade de oferecer uma variedade de sabores e blends.

3.4 Perfil de consumo de café

No cenário contemporâneo, a compreensão do perfil de consumo de café tornou-se um fator crucial para as estratégias de marketing de diversas indústrias. O café deixou de ser meramente uma bebida estimulante para se tornar um elemento cultural e social intrincado nas rotinas das pessoas. Nesse contexto, compreender as nuances do perfil de consumo de café permite às empresas uma abordagem mais direta e eficaz, adequando seus produtos e mensagens de acordo com os hábitos dos consumidores. A relação entre o perfil de consumo de café e as estratégias de marketing ganhou destaque especialmente nos últimos anos (Smith *et al.*, 2022).

O perfil de consumo de café inclui aspectos como o tipo de café preferido, os momentos do dia em que o café é consumido, e as razões por trás desse consumo. Compreender esses detalhes permite às empresas do setor de alimentos e de bebidas desenvolverem produtos que atendam às necessidades específicas dos consumidores.

As mensagens de marketing têm um impacto significativo quando são direcionadas de forma precisa. Ao compreender os hábitos e influências pelo consumo de café, as empresas podem ajustar suas mensagens para apelar aos interesses e valores dos consumidores.

Em suma, a inovação e a compreensão do mercado consumidor são elementos-chave para o crescimento contínuo e o sucesso do mercado de café, permitindo que os produtores e empresas do setor garantam produtos que atendam às necessidades e desejos dos consumidores em constante mudança.

4 METODOLOGIA

Este estudo se enquadra na categoria de pesquisa descritiva de natureza quantitativa. A avaliação proposta neste trabalho foi realizada na Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR *campus* Campo Mourão. O *campus* da universidade conta com um público de aproximadamente 2.300 pessoas, entre servidores e alunos.

O projeto foi encaminhado ao Comitê de Ética em Pesquisa/CEP da UTFPR e aprovado sob o parecer CAAE: 61467822.4.0000.0165.

O questionário foi desenvolvido e hospedado na plataforma *Google Forms* (consulte o Apêndice A) utilizando o método de coleta de dados quantitativos. O pesquisador elaborou um total de vinte e duas perguntas, das quais cinco eram de natureza demográfica, nove eram de múltipla escolha, permitindo apenas uma resposta, e oito eram apresentadas em formato de caixa de seleção, possibilitando aos participantes da pesquisa escolher mais de uma alternativa. Este método permitiu a coleta de dados relevantes, abordando temas como cursos, renda, critérios de escolha, preferências e motivações para o consumo de café, entre outras questões pertinentes, alinhadas com o objetivo geral deste estudo.

Para determinar o tamanho adequado da amostra, foi aplicada a seguinte equação com base nas diretrizes estatísticas estabelecidas por Agresti e Finlay (2009):

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

onde:

N = tamanho da população;

e = margem de erro (porcentagem no formato decimal);

p = é a proporção para encontrar no cálculo;

z = escore z .

O desenvolvimento inicial das perguntas começou-se em março de 2023, as quais foram apresentadas no primeiro trabalho de conclusão de curso, a coleta de dados ocorreu entre os meses de maio e julho de 2023. O convite para a participação do questionário foi enviado ao público por e-mail institucional e por meio de rede social

(Instagram), obtendo o total de quatrocentos e cinquenta e cinco (455) respostas completas.

Após a coleta de dados, iniciou-se as análises dos dados, que foram transpassados e tratados pelo software Exel 2022, juntamente com o uso da estatística descritiva quantitativa onde foi possível analisar as respostas obtidas. Todos os dados coletados pelo Formulário *Google Forms* foram analisados e os resultados expressos por meio de gráficos e imagens utilizados para melhor expor e descrever os resultados.

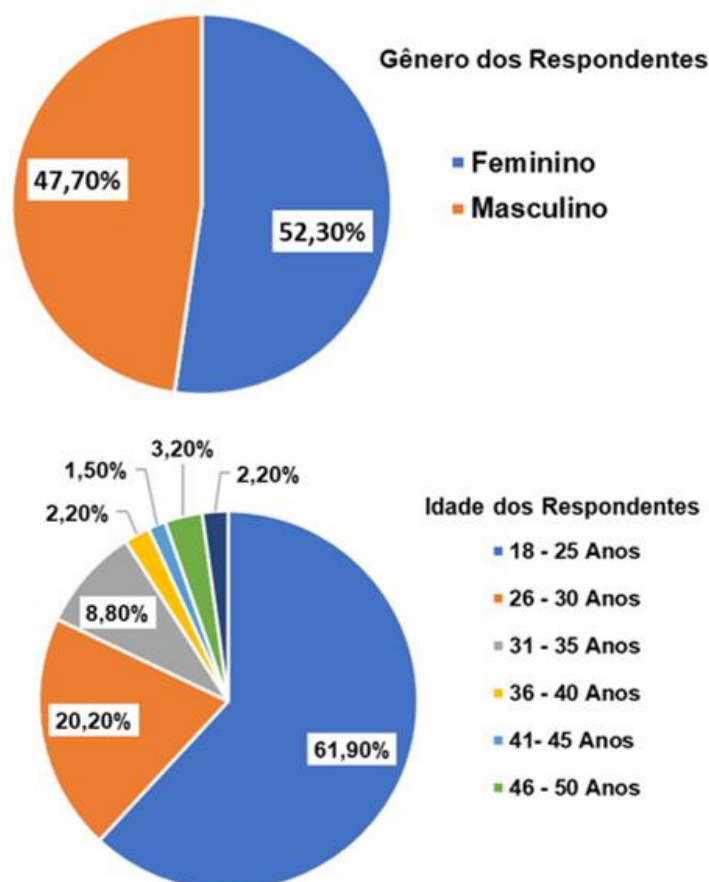
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O questionário ficou aberto para respostas por um período de 45 dias. Encerrado esse período, obtiveram-se 455 questionários completamente respondidos e que puderam ser utilizados para análise de dados.

Inicialmente, os interessados em participar da pesquisa receberam e analisaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) da pesquisa (Apêndice B). Em concordância com este, assinaram-no e puderam para iniciar a resposta do questionário.

Ao dar início à análise de dados, identificou-se o perfil dos participantes por meio de perguntas para segregar o gênero, idade, ocupação, vínculo com a universidade e renda *per capita* sendo esses dados apresentados na Figura 1 e 2, e no Gráfico 1, respectivamente.

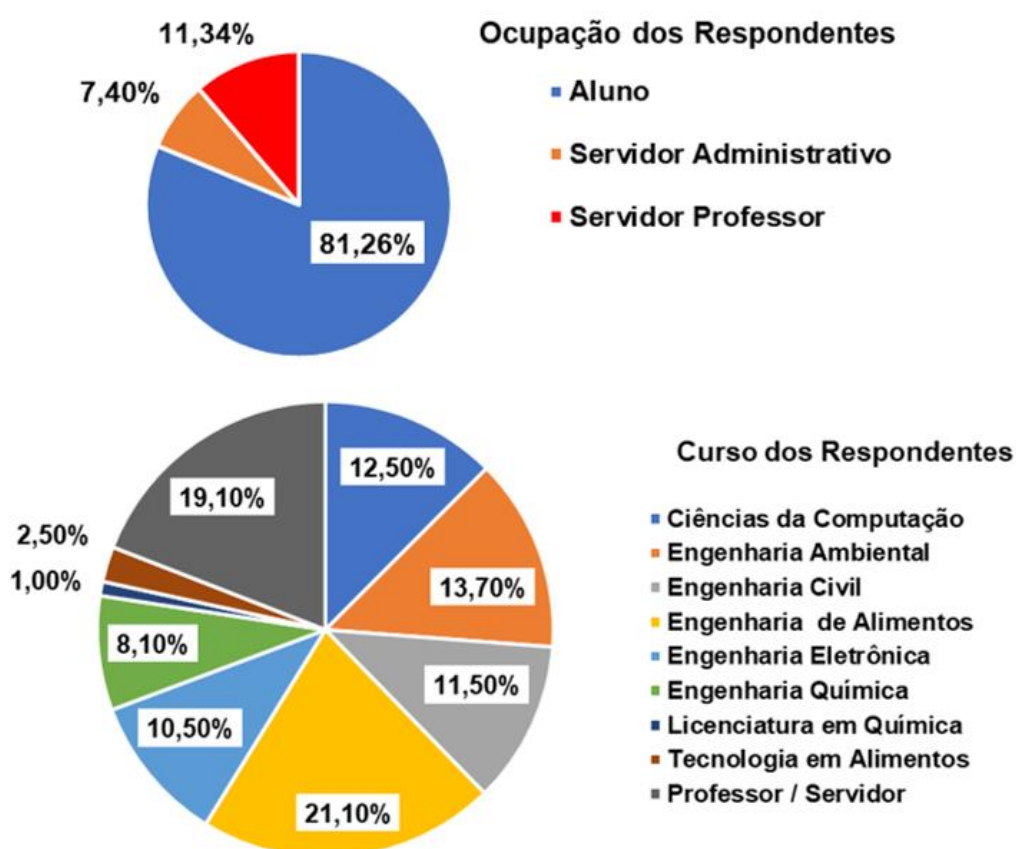
Figura 1 – Gênero e Idade dos participantes da pesquisa



Fonte: Autoria Própria (2023)

Houve predominância do gênero feminino, com 52,30% (238) de participantes, sendo 47,70% (217) dos participantes da pesquisa do gênero masculino, conforme a Figura 1. Predominantemente os participantes da pesquisa enquadram-se na faixa etária entre 18 e 25 anos (282), mas unida à faixa de 26 a 30 anos (92), representando 82,10% dos participantes da pesquisa (374). Observa-se que ampla maioria são jovens abaixo dos 30 anos, característica do público predominante em ambiente universitário.

Figura 2 – Vínculo dos participantes da pesquisa com a UTFPR



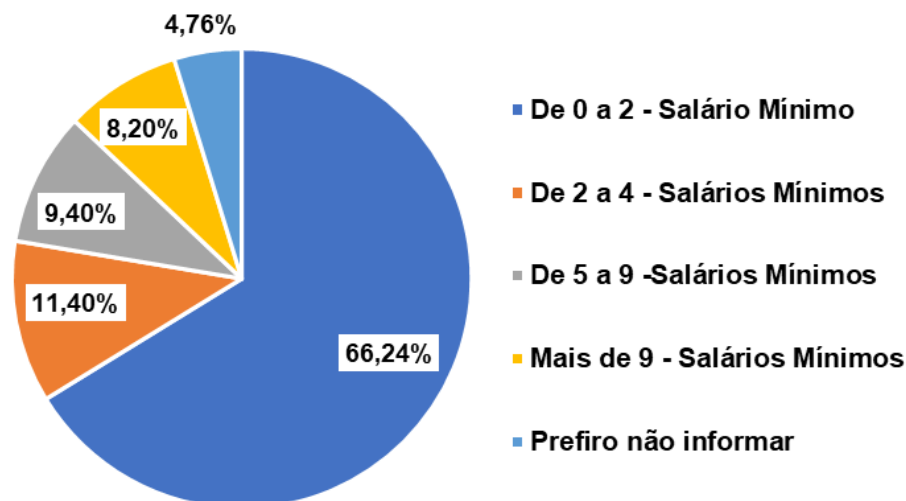
Fonte: Autoria Própria (2023)

Confirmando a faixa etária mais jovem como predominante do estudo, verifica-se que a maioria dos participantes da pesquisa é formada por discentes da UTFPR, com 81,26% (370) de representação no estudo, seguidos por professores 11,34% (52) e servidores administrativos 7,40% (34).

Os 455 participantes da pesquisa apresentaram seu curso ou área de atuação na universidade, com resultado bastante diverso, mas com predominância do público

em alunos distribuídos nos cursos ali ofertados, somando 80,90% (370) do total, o restante 19,10% (86) são representados por professores ou servidores.

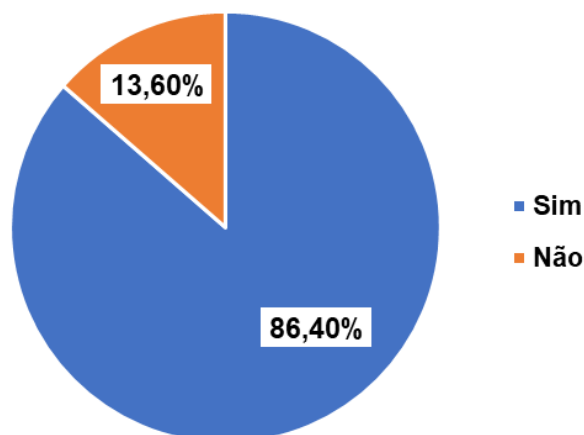
Gráfico 1 – Renda per capita dos participantes da pesquisa



Fonte: Autoria Própria (2023)

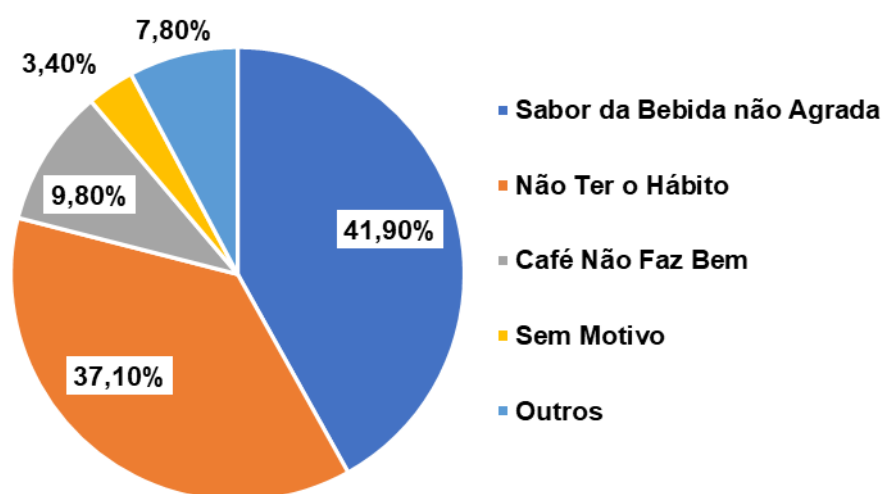
Quando questionados sobre a renda familiar, há uma concentração de 66,24% (301) na faixa entre 0 e 2 salários-mínimos (correspondendo ao valor de R\$ 0,00 a R\$2.650,00) e mais 11,40% (52) de 2 a 4 salários-mínimos (correspondendo ao valor de R\$2.651,00 a R\$5.207,00) demonstrando que ampla maioria tem renda mais baixa, atribuindo esse perfil mais próximo a realidade dos alunos, também por serem a maioria dos participantes da pesquisa e estamos em uma universidade pública. Os participantes restantes estão com rendas distribuídas superiores a 5 salários-mínimos, onde certamente se enquadram os servidores públicos administrativos e os docentes, totalizando 17,60% (80) e 4,76% (22) preferiram não responder.

A partir do Gráfico 2 tratou-se especificamente sobre o consumo de café pelos participantes, a fim de separar os consumidores e não da bebida, para identificar seus hábitos, motivos e preferências.

Gráfico 2 – Consumidores ou não da bebida café

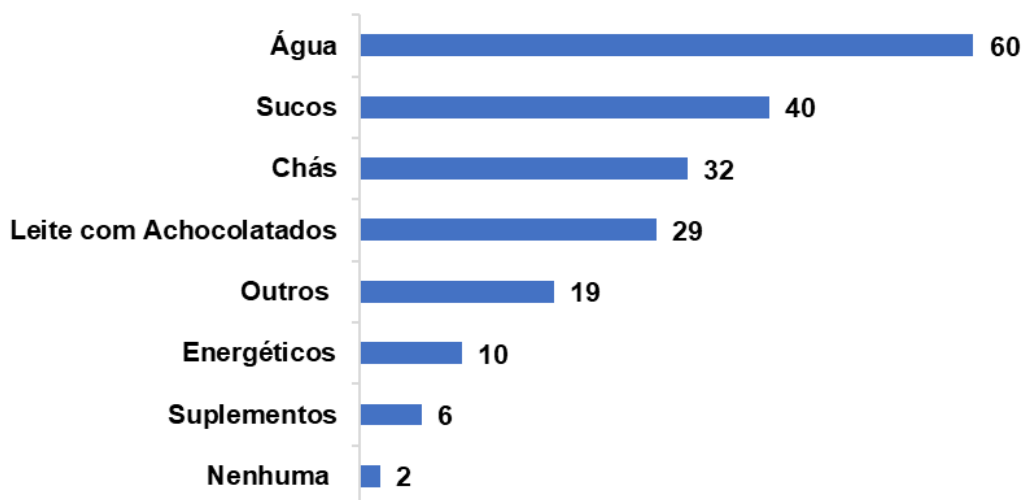
Fonte: Aatoria Própria (2023)

Dos 455 participantes da pesquisa, 86,40% (393) afirmaram consumir a bebida, e os demais 13,60% (62) participantes da pesquisa não são consumidores da bebida.

Gráfico 3 – Motivos do não consumo da bebida

Fonte: Aatoria Própria (2023)

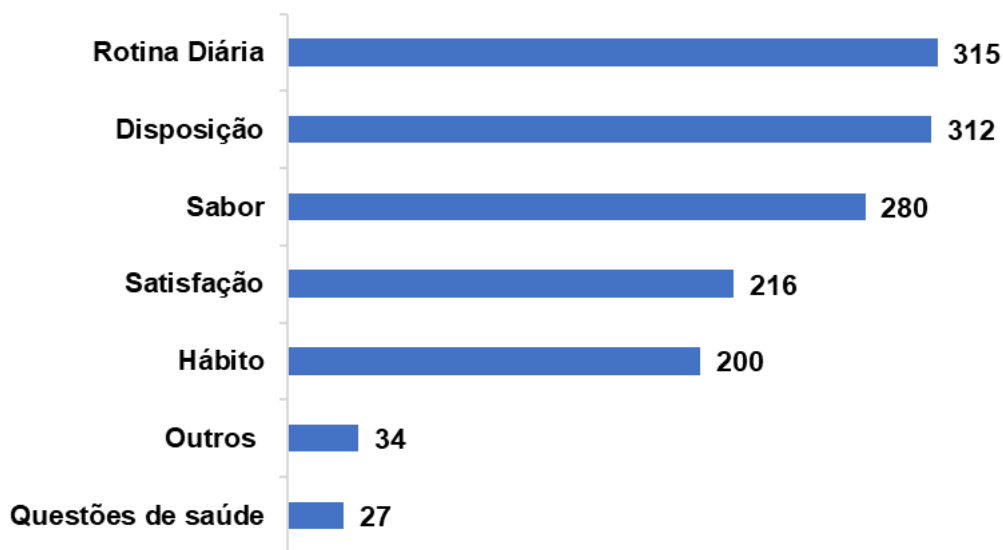
Segundo o Gráfico 3, a maioria 41,90% (26) afirma não gostar do sabor do café, 37,10% (23) apenas não ter o hábito de consumo da bebida, 9,80% (6) relatam que por algum motivo café não faz bem, 7,80% (5) representa a caixa de seleção outros, onde apresenta-se os motivos de: causar dependência, ansiedade ou motivos estéticos como escurecimento dos dentes. Por fim, 3,40% (2) não relataram motivo algum para não consumirem a bebida.

Gráfico 4 – Substituição do café por outra bebida

Fonte: Aatoria Própria (2023)

Foram 62 participantes da pesquisa que não consomem a bebida. A maior parte afirma substituir o café por outras bebidas como: água, sucos, chás e achocolados. 30,65% (19) responderam substituir por outras bebidas como tererê, refrigerantes, cappuccinos e até medicamentos. Um total de 16,13% (10) relata consumir o energético como substituto do café por causar efeitos similares. Apenas 3,23% (2) afirmam não substituir a bebida.

As respostas dos participantes que não consomem a bebida foram tratadas e analisadas de forma separada, e não puderam responder as demais questões.

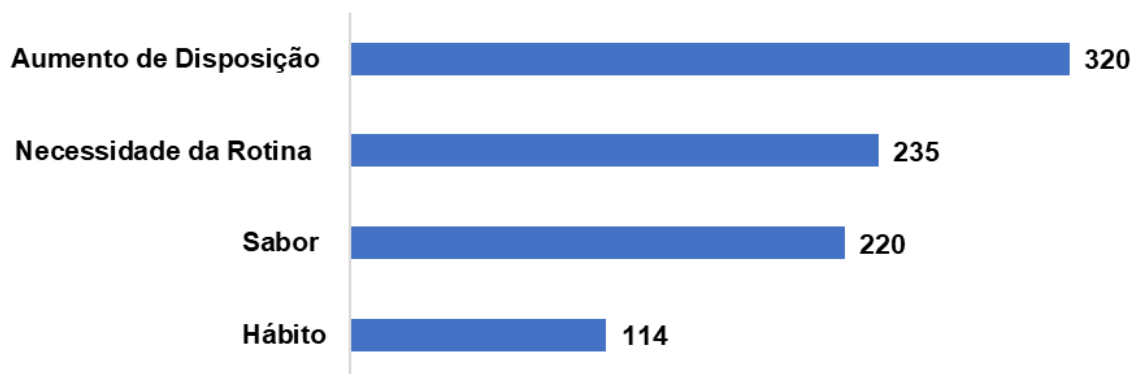
Gráfico 5 – Motivos do consumo da bebida

Fonte: Autoria Própria (2023)

O Gráfico 5 indica os motivos que justificam o consumo de café. As respostas rotina diária 315 (80,00%), disposição 312 (79,00%) e hábito 200 (51,00%), foram selecionados por muitos participantes, sugerindo a busca pela bebida para atender a demanda por energia e foco durante as atividades acadêmicas e profissionais. Vale ressaltar que nesta pergunta o participante da pesquisa poderia selecionar mais de uma opção de respostas.

Um ponto interessante é que associado a esses dados 71,00% (280) dos consumidores de café afirmam gostar do sabor da bebida e 55,00% (216) sentir satisfação quando o consomem. Na resposta “outros”, assinalada por 9,00% (34) dos participantes da pesquisa, estes relataram sentir um momento de relaxamento ou vício associado ao uso de cigarros e 27 (7%) acreditam que o consumo da bebida está relacionado a algum benefício a saúde.

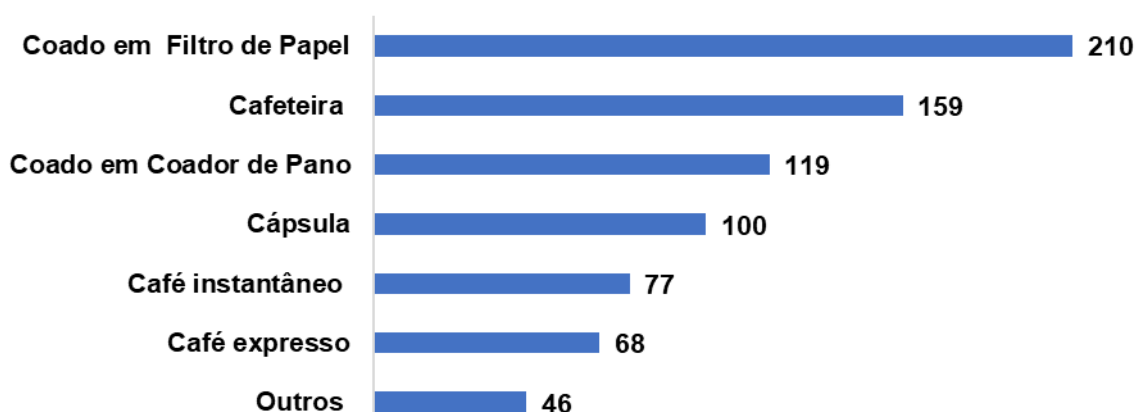
Gráfico 6 – Sensação ao ingerir a bebida pelos participantes da pesquisa



Fonte: Aatoria Própria (2023)

O Gráfico 6 apresenta as principais sensações dos participantes ao tomarem a bebida café, sendo que 81,47% (320) afirmam ter aumento de disposição, seguido de 59,80% (235) que relatam ser uma necessidade para enfrentarem a rotina diária. Muito próximo deste número, 55,98% (220) relatam, além destas sensações, ainda gostarem do sabor que da bebida e 114 (29,01%) reafirmam a bebida se rum hábito na rotina.

Gráfico 7 – Formas de café consumido pelos participantes da pesquisa



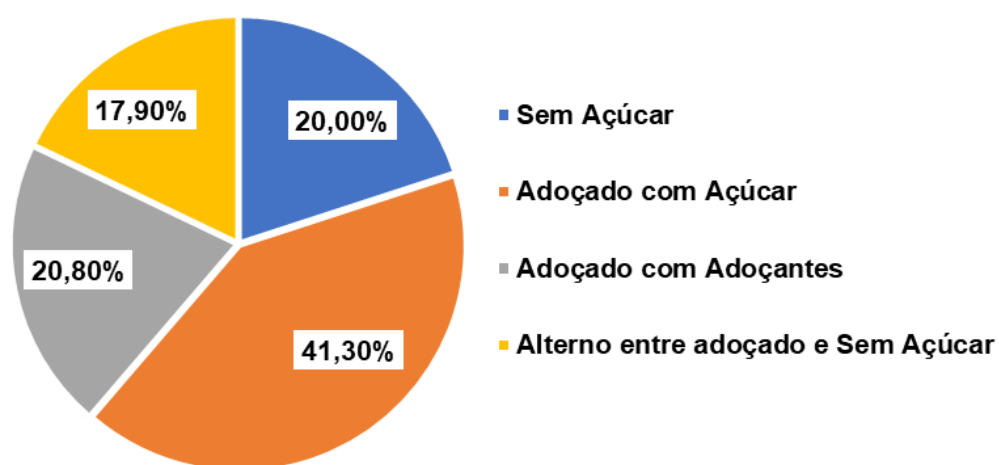
Fonte: Aatoria Própria (2023)

Observou-se no Gráfico 7 grande diversidade nos tipos de café consumido, em maior escolha (53,44%) apresenta-se como o café em pó tradicional coado em filtro de papel, seguido do café preparado em cafeteira elétrica (40,46%) e 30,28% optando pelo tradicional café em pó coado em coador de pano. Foi oferecida oportunidade de

escolha de mais de uma forma de consumo afim de abrangem as formas e influências que podem estar relacionadas a questão.

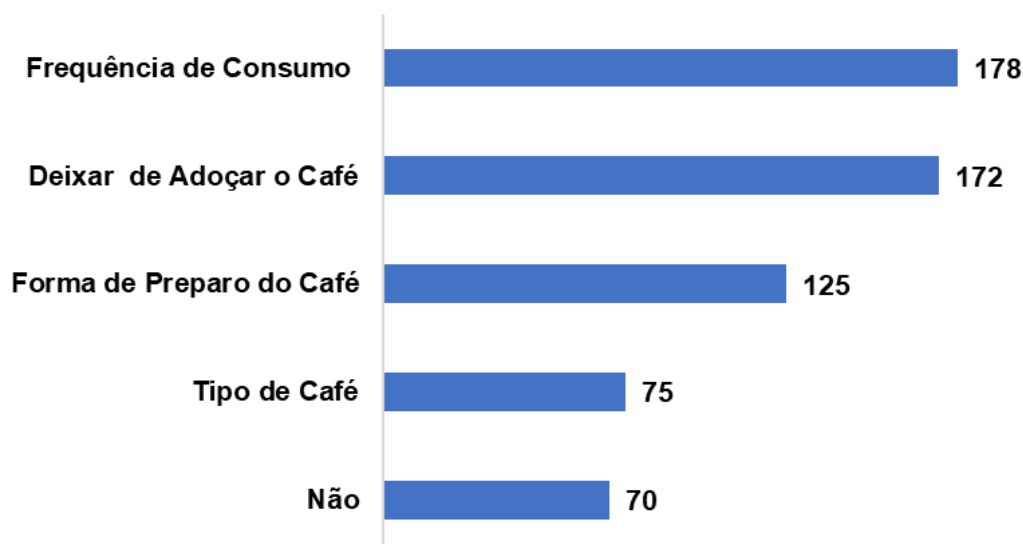
Um total de 11,70% (46) dos participantes da pesquisa do grupo de resposta “outros” relatam preferências específicas como: café em grão especial moído e torrado em casa e passado em filtro de café de pano tradicional ou ainda grão arábica prensado em prensa seca, o que reforça o nicho mais restrito dos participantes da pesquisa.

Gráfico 8 – Preferência de adoçamento da bebida pelos participantes da pesquisa



Fonte: Autoria Própria (2023)

Gráfico 9 – Mudança nos hábitos de consumo da bebida



Fonte: Autoria Própria (2023)

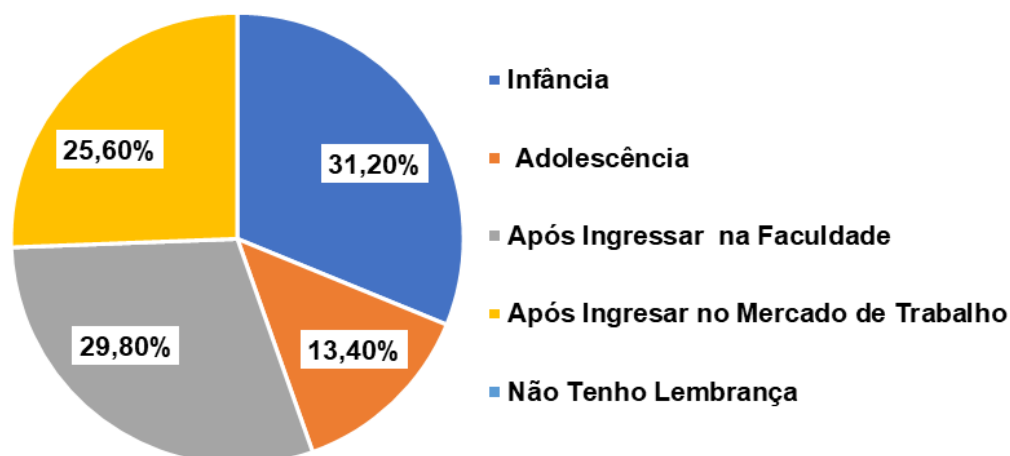
Os gráficos 8 e 9 tratam sobre a preferência de consumo da bebida mostrando especificidades sobre a forma de adoçá-la, modo de preparo, a frequência de consumo e mudanças no hábito de consumo ao longo do tempo.

O gráfico 8, mostra que a maioria dos participantes da pesquisa, optam por consumir a bebida café já adoçada ou com o uso de adoçantes, totalizando 244 (62,10%) das respostas. 79 (20,00%) preferem consumi-la sem açúcar e 70 (17,90) alternam a forma em adoçada e sem açúcar.

Cerca de 45,29% (178) dos participantes afirmam que mudaram no decorrer do tempo a frequência com que consomem a bebida, seguido 43,77% (172) que afirmam ter deixado de adoçar a bebida ao longo do tempo, mas não que preferem consumi-la desta maneira. Estes dados demonstram uma mudança de comportamento dos indivíduos, que aumentaram a frequência de consumo, e preocupam com questões de saudabilidade, deixando de adoçar a bebida açúcar, ou alternar entre não adoçada.

Já 31,81% (125) afirmam terem mudado a forma de preparo do café, 19,08% (75) relatam mudanças no tipo do grão do café ou optarem por alternativas como as cápsulas ou café instantâneo, em busca de alternativas mais ágeis para facilitar a rotina diária.

Gráfico 10 – Lembrança da natureza do início do consumo do café

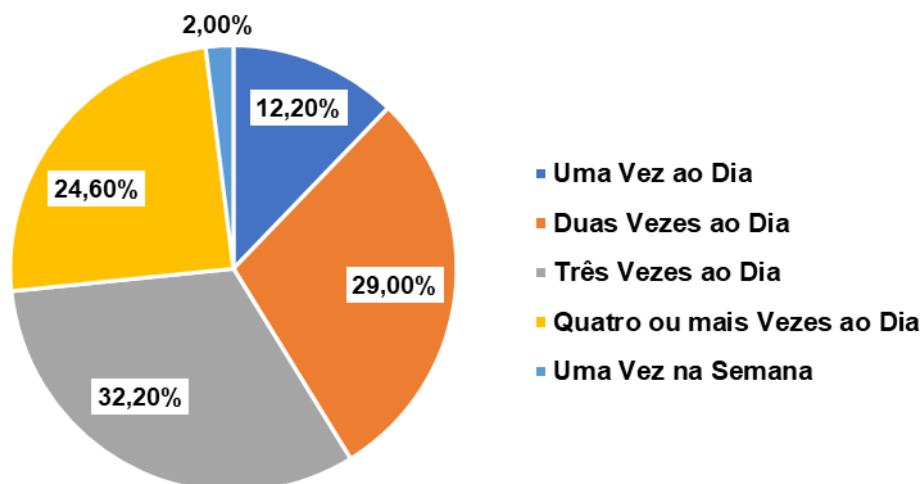


Fonte: Autoria Própria (2023)

Desde muito cedo se começa a beber café no país, o que é confirmado pelo gráfico 10. Mostrou-se que 31,20% (123) dos respondem afirmam começar a beber café na infância e torna-se assim um hábito que prevalece na vida adulta, em seguida, 29,80% (117) relatam começar a ingerir a bebida quando inicia a graduação e 25,60% (101)

quando ingressam no mercado de trabalho, confirmando a tendências das respostas anteriores que o café é um estimulador de energia e disposição.

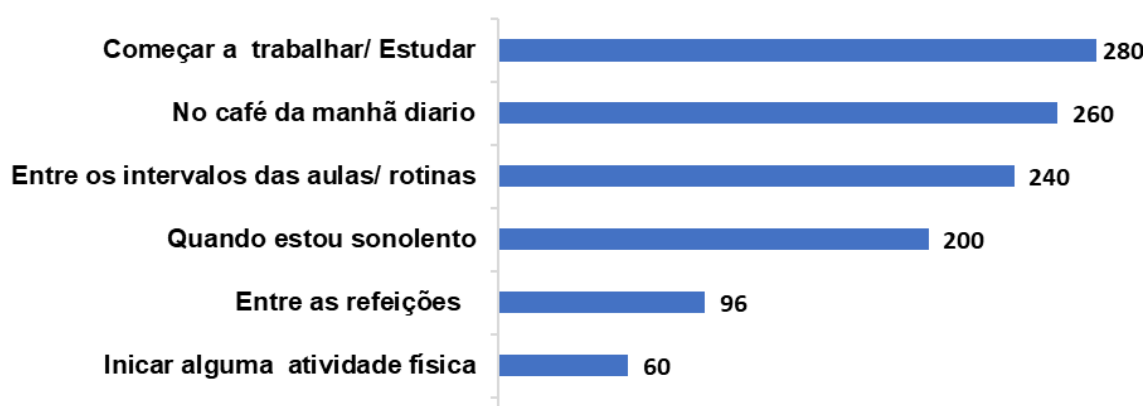
Gráfico 11 – Frequência de consumo da bebida pelos participantes da pesquisa



Fonte: Autoria Própria (2023)

Observou-se que apenas 2,00% (8) consomem café uma vez na semana e 12,20% (48) uma vez ao dia, os participantes restantes 85,80% (337) afirmam consumir café mais de uma vez ao dia, com grande concentração 32,20% (127) entre quem consome 2 ou 3 vezes ao dia (Gráfico 11).

Gráfico 12 – Fatores para o consumo da bebida pelos participantes da pesquisa



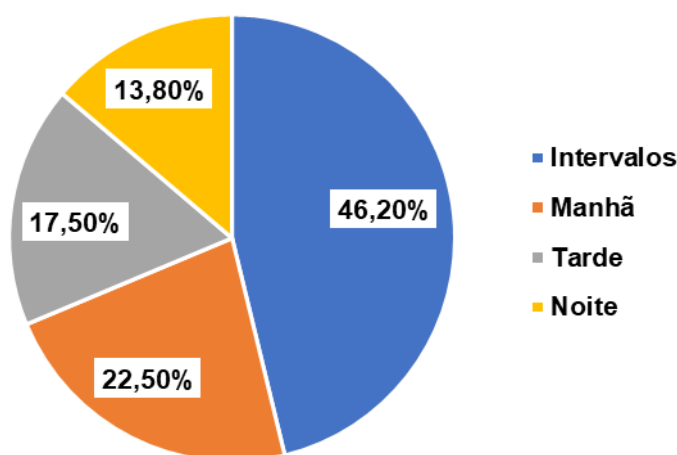
Fonte: Autoria Própria (2023)

O gráfico 12 mostra que 280 (71,25%) ingerem o café antes de começar suas rotinas, sejam elas estudar ou trabalho, 260 (66,16%) consomem a bebida no café da manhã, diariamente, sejam puros ou como algum acompanhamento. Seguidos de 240

(61,07%) respostas para os que consome entre algum intervalo de suas rotinas e 200 (50,89%) consomem a bebida quando estão sonolentos ou indispostos.

Nesta questão os participantes podiam escolher mais de uma resposta, visando recolher todos os motivadores do consumo da bebida. Percebe-se que os números obtidos estão bem próximos, respostas estas que ressaltam a importância da bebida na rotina dos participantes, confirmando que buscam por energia e disposição quando a consomem. Outras respostas como 96 (24,43%) consumo da bebida após alguma refeição e 60 (15,27%) antes de iniciarem alguma atividade física também estão registradas.

Gráfico 13 – Período de consumo da bebida pelos participantes da pesquisa



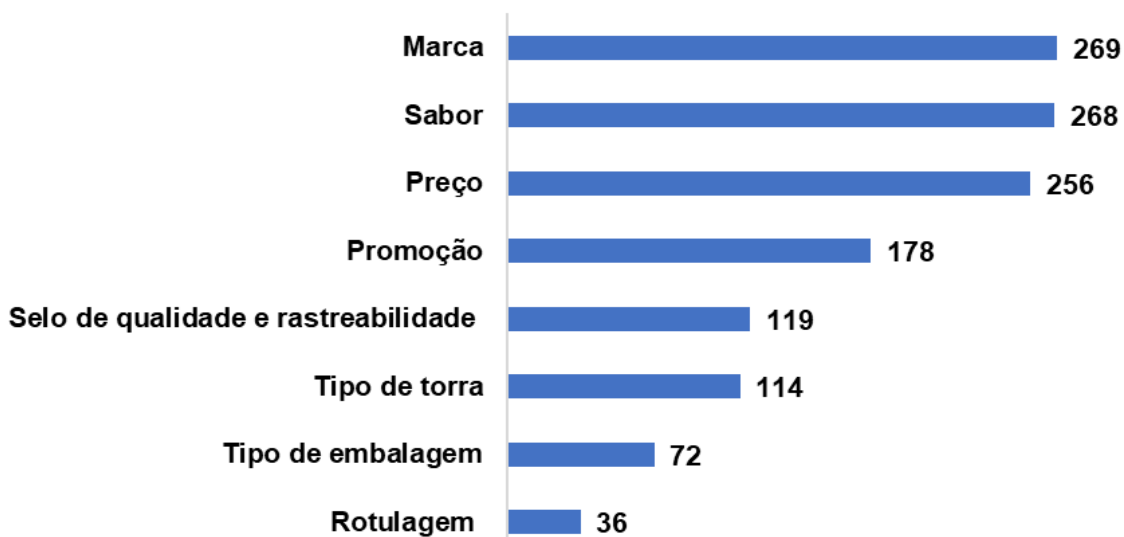
Fonte: Autoria Própria (2023)

Realizou-se uma análise direcionada aos horários preferenciais para o consumo de café, os dados mostram que 46,20% (181) relatam preferir consumir a bebida nos intervalos das aulas ou pausas do trabalho, sejam elas no período da manhã e da tarde indiferentemente, 22,50% (88) preferem a bebida no período da manhã e 17,50% (69) no período da tarde. A concentração do consumo nos períodos matinais e vespertinos (Gráfico 13), alinham-se aos períodos nos quais os participantes buscam um acréscimo de energia e concentração, sugerindo que o café desempenha um papel de natureza funcional, ultrapassando seus aspectos sociais e hedônicos. A pesquisa mostra também que 13,80% (54), consomem café regularmente no período noturno, relatando tomar a bebida para estudar a noite.

Nesse sentido, as empresas do ramo alimentício e cafeterias dentro do campus podem efetivamente adaptar seus serviços e produtos para atender a essa demanda

específica, oferecendo opções convenientes e energéticas durante esses intervalos cruciais.

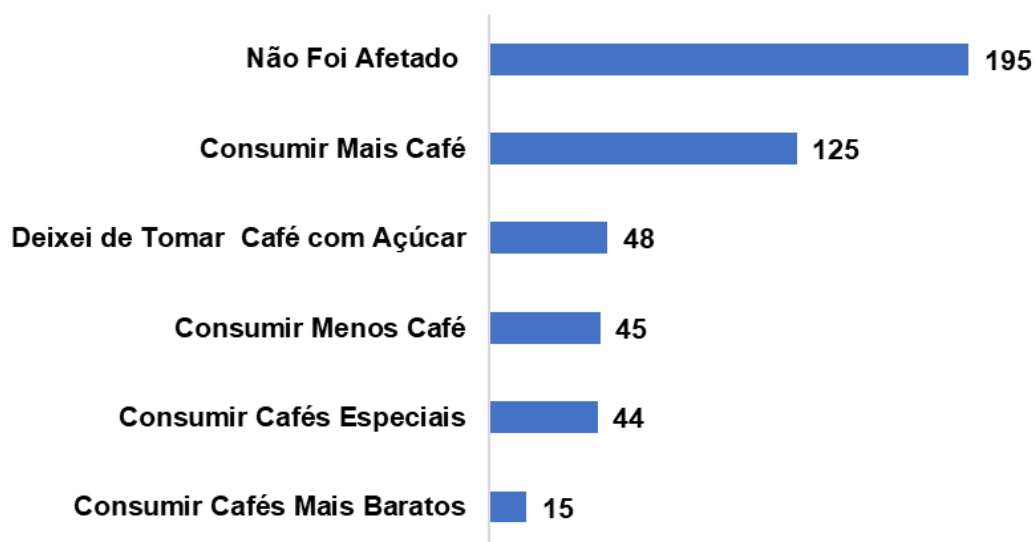
Gráfico 14 – Influências na compra do café *in natura* pelos participantes da pesquisa



Fonte: Autoria Própria (2023)

O Gráfico 14 apresentava mais de uma resposta pelos participantes, a fim de analisar todas as influências significativas que eram evidenciadas na hora da compra do café. Marca (68,45%), sabor (68,19%) e preço (65,14%) aparecem como fatores de maior relevância na preferência de compra de café em pó ou *in natura* pelos participantes. Destaca-se também o critério de promoção (45,29%) e a garantia do selo de qualidade no produto em que se compra (30,28%).

Ademais, revela a presença de consumidores mais criteriosos, cujas escolhas são orientadas por elementos como o tipo de torra, rastreabilidade do grão, características da embalagem e a presença de selos de qualidade.

Gráfico 15 – Alteração no hábito de consumo do café pela pandemia Covid-19

Fonte Autoria Própria (2023)

Também se questionou se a pandemia da Covid-19 afetou o consumo de café dos participantes da pesquisa, visto o isolamento e ausência no campus. A maioria 49,70%, afirmou que não houve alteração em seu consumo, porém 31,81% dos avaliados aumentaram o consumo e isso pode se dever ao isolamento imposto pela pandemia.

Percebe-se também que durante ou após o período de pandemia da Covid-19, alguns participantes mudaram as formas de consumir a bebida, 48 (12,21%) deixaram de adoçar a bebida e 45 (11,45%) diminuíram a quantidade diária de café consumida. Já 44 (11,20%) começou a consumir café especial com torra diferenciada ou classificação do tipo de café.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante as respostas dos participantes, pode-se traçar um perfil dos consumidores e não da bebida em estudo. Fatores como gênero, idade, ocupação, curso e renda foram as questões inicialmente tratadas. Após, passou a entender as questões de hábitos, motivadores e influências que a bebida tem nas rotinas dos participantes da pesquisa.

A investigação dos horários preferenciais de consumo, mostra que a maior parte dos participantes se usufrui da bebida nos intervalos das aulas ou das rotinas independente dos períodos. Tais resultados identificaram o café como um aliado crucial no enfrentamento da fadiga durante as atividades.

A pesquisa ressalta algumas respostas em comum, mostra também que em grande escala a bebida é consumida mais de 3 vezes ao dia e os participantes relatam que o café faz parte da rotina diária, a principal intenção do consumo é a busca por disposição e energia, mas ainda assim os fatores sabor e satisfação são relevantes para o consumidor. Revelou-se que ainda a maior parte dos participantes da pesquisa consomem o café já adoçado, porém uma parcela significativa procura consumi-la sem adoçamento em busca de saudabilidade, já que a consome várias vezes ao dia.

Nota-se que um público mais restrito tem a preferência por cafés especiais ou por modos de preparos mais elaborados, este mesmo público está atrelado aos que pagam mais caro nos cafés e se importam com a rastreabilidade, outra tendência é a observação da embalagem e selo de qualidade da bebida, porém poucos consumidores se atentam a rastreabilidade do grão. No entanto, a influência da renda mensal nas escolhas de compra é inegável. Métodos de extração tradicionais e a fidelidade a determinadas marcas refletem a relação econômica e sensorial dos consumidores.

É evidente diante dos resultados obtidos que a renda mensal ainda é um fator determinante no momento da escolha da compra e consumo do café. Observou-se certa fidelidade na compra de determinadas marcas de café, tendo em vista que a marca pode influenciar diretamente no preço e está relacionada com as características sensoriais do produto.

O estudo analisa um grupo de participantes que não consomem a bebida, e apresenta as principais motivações relacionadas a este não consumo, em maioria mostram que desaprovam o sabor, seguidos de falta de hábitos de consumo ou

restrições médicas. Bebidas como água, sucos, chás e achocolatados são os substitutos do café, ocasionando uma oportunidade de novos produtos para este público.

As discussões em torno dos resultados reforçam a importância de reconhecer o valor intrínseco do café no meio acadêmico. Os dados sugerem que a cultura do café se entrelaça não somente com a busca por energia, mas também com a construção de momentos sociais e a criação de pausas necessárias durante as jornadas intensas de estudo e trabalho. Essa dimensão social do consumo de café destaca a riqueza de suas conexões com a vida universitária e profissional.

7 CONCLUSÃO

O café assume uma posição central entre a preferência de consumo do público avaliado, delineando um mercado promissor. A análise do comportamento dos consumidores na UTFPR – *Campus* Campo Mourão proporciona uma visão abrangente dos hábitos dessa comunidade acadêmica. A prevalência do consumo diário destaca não apenas o papel funcional do café, mas sua integração significativa nas rotinas acadêmicas e profissionais.

Os dados encontrados mostram que grupo analisado está distribuído quase igualmente entre homens e mulheres, com predominância de participantes com faixa etária de 18 a 30 anos, alunos representando todos os cursos do campus e com renda média de até dois salários-mínimos.

O grupo que não consome a bebida, menor parte dos avaliados, relatam que não gostam da bebida ou não tem o hábito de consumi-la, substituindo-a por água, sucos ou chás.

O grupo consumidor indica que consome a bebida por esta fazer parte da rotina diária, pela bebida promover aumento de energia e disposição e devido a seu sabor característico, sendo que a bebida é preparada principalmente coada em filtro de papel ou de pano e cafeteira elétrica e consumida predominantemente adoçada, seja com açúcar ou com adoçantes.

A bebida é consumida todos os dias pela extrema maioria dos entrevistados consumidores, com predominância da frequência de três vezes ao dia, com alternância entre os períodos matutino e vespertino, principalmente, porém sem exclusão do período noturno, para conferir disposição para os estudos durante as madrugadas.

Os fatores que determinam a compra de café são marca, sabor e preço principalmente.

Em conclusão, a análise do perfil de consumo de café por alunos e servidores da UTFPR – *Campus* Campo Mourão obteve *insights* valiosos sobre as práticas e os usuários dessa comunidade acadêmica. A escolha dos períodos, formas que são consumidas e os hábitos dos consumidores dessa bebida no contexto acadêmico e profissional foi respondida conforme objetivo da pesquisa. Tais *insights* podem colaborar para pesquisas futuras neste ambiente e oferecem oportunidades para

empresas e percepções compreenderem melhor seus públicos-alvo e adaptarem suas estratégias para melhor atender às necessidades dessa comunidade compartilhada.

REFERÊNCIAS

ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café. **Indicadores da Indústria de Café 2021**. Disponível em: <https://estatisticas.abic.com.br/estatisticas/indicadores-da-industria/indicadores-da-industria-de-cafe-2020/>. Acesso em 03 mai. 2022.

AGRESTI, Alan; FINLAY, Barbara. **Statistical methods for the social sciences**. 4rd ed. United States: Prentice Hall, 2009.

ARCURI, Adriana Pesce Salles. **O comportamento do consumidor na internet no ramo do vestuário masculino de camisaria na cidade de São Paulo**. 2021. 96 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Administração, Pontifícia Universidade Católica de São Pau, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/24687/1/Adriana%20Pesce%20Salles%200Arcuri.pdf>. Acesso em: 30 maio 2022.

ARRUDA, Aline Cristina; FERREIRA, Marco Aurélio Marques; MINIM, Valéria P. Rodrigues. Perfil dos consumidores de café da cidade de viçosa/mg: um estudo exploratório. In: SIMPÓSIO DE PESQUISA DOS CAFÉS DO BRASIL, 5., 2007, Águas de Lindóia, Sp. **Anais**. Brasília, D.F.: Embrapa Café, 2007. p. 2-4. Disponível em: <http://www.sbicafe.ufv.br/handle/123456789/2319>. Acesso em: 29 mai 2022.

ARRUDA, Aline Cristina; MINIM, Valéria Paula Rodrigues; FERREIRA, Marco Aurélio Marques; MINIM, Luís Antônio; SILVA, Neuza Maria da; SOARES, Cláudio Furtado. **Justificativas e motivações do consumo e não consumo de café**. Ciência e Tecnologia de Alimentos. Campinas, 2009.

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: Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil, 5. 2007, Águas de Lindóia, SP. Resumo expandido. Brasília: Embrapa Café, 2007. Disponível em:http://www.sbicafe.ufv.br/bitstream/handle/123456789/2319/179995_Art330f.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 25 jun. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ – ABIC. **Estatísticas – indicadores da indústria de café no Brasil**. Disponível em: <http://www.abic.com.br/estatisticas.html>. Acesso em: 23 mar de 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ–ABIC **Pesquisa Tendências de Consumo**, 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO CAFÉ - ABIC. **Tendências de Consumo de Café: Torrado, Torrado e Moído e Solúvel**. Disponível em: http://consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/consumo/Press_release_consumo_final_vs_04_02_19a.pdf. Acesso em: 02 abr. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉS ESPECIAIS (BSCA)- **O que é café especial**. Disponível em:< <http://bsca.com.br/a-bsca>>. Acesso em: 04 abr. 2022.

BELTRÃO, A. F. **Café**. Publicado no Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), [200-] Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeirarepublica/CAF%C3%89.pdf>. Acesso em 30 mar. 2022.

BLISKA, F. M. M. **Evolução e participação da cadeia produtiva do café do Estado de São Paulo no agronegócio brasileiro**. In: BLISKA, F. M. M.,

BRAINER, Maria Simone de Castro Pereira; XIMENES, Luciano Feijão. **Produção e mercado do café**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, ano 6, n.207, dez.2021. (Caderno Setorial Etene). Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/handle/123456789/1108>. Acesso em 30 mar. 2022.

BSCA. **Mapa Origens de Café no Brasil**. BSCA. Disponível em: <https://brazilcoffeenation.com.br/region/list>. Acesso em: 05 abr. 2022.

CABRAL et al., L. Concentração de componentes do aroma do café por evaporação. Rio de Janeiro: **Embrapa Agroindústria de Alimentos**, 2007. 2 p. Acesso em: 11 abr. 2022.

CAFÉ NO BRASIL. publicado 30/01/2017 12h37, última modificação 18/09/2018 16h11 **MAPA Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Café**.

CARVALHO, Alex Mendonça de et al. **Correlação entre crescimento e produtividade de cultivares de café em diferentes regiões de Minas Gerais, Brasil**. Pesq. agropec. brasBrasília , v. 45, n. 3, p. 269-275. Acesso em: 22 mar. 2022.

CARVALHO, C.H.M. de; COLOMBO, A.; SCALCO, M.S.; MORAIS, A.R. de. **Evolução do crescimento do cafeeiro (Coffea arabica L.) irrigado e não irrigado em duas densidades de plantio**. Ciência e Agrotecnologia, v.30, p.243-250, 2006a. 29.

CARVALHO, G. R.; OLIVEIRA, C. **O mercado de café em perspectiva** - Circular Técnica, 9. Campinas: Embrapa.

CARVALHO, M. **Conheça a origem do café e sua história**. 2017. Disponível em: www.graogourmet.com/blog/conheca-origem-do-cafe-e-sua-historia/. Acesso em: 02 mar. 2022.

CECAFÉ. **Consumo mundial de café**. CECAFÉ, mai. 2021. Disponível em: <https://www.cecafe.com.br/dados-estatisticos/consumo-mundial/>. Acesso em 27 abr. 2022.

Consumo de Café no Brasil em 2016. Tendências de consumo IV. Disponível em: http://www.abic.com.br/arquivos/pesquisas/pesq_tendencias_consumo_nov06.pdf. Acesso em: 04 abr. 2022.

COSTA, Esther de Almeida. **Londres e cafés especiais: estudo etnográfico sobre a interação de cafeterias independentes de cafés especiais no mundo digital.** 2022. 112 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) — Universidade de Brasília, Brasília, 2022.

DUELI, Jucilene Silveira *et al.* PERFIL DE CONSUMO E PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DA CARNE SUÍNA POR ACADÊMICOS DE ENSINO SUPERIOR – VIÇOSA, MG. **Revista Uniscientiae**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 95-105, jul. 2018. Semestral. Disponível em: <https://academico.univicoso.com.br/revista/index.php/RevistaTecnologiaeCiencia/article/view/800>. Acesso em: 17 mai. 2022.

ESTEVES, B. N. **Influência do processo de secagem por pulverização mecânica (Spray Dryer) no tamanho de partícula e densidade aparente do café solúvel.** 2006. Dissertação (Mestrado) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo.

FALEIROS, R. N.; TOSI, P. G. S. **O café no Brasil: produção e mercado mundial na primeira metade do século XX.** História econômica & história de empresas vol. 22 n.2, 2019. p. 309-343.

GUERREIRO FILHO, O. **Prospecção de demandas na cadeia produtiva do café no Estado de São Paulo.** Campinas: Instituto Agrônomo de Campinas, 2007. 75 p.

IBGE. PIB cai 4,1% em 2020 e fecha o ano em R\$ 7,4 trilhões. 2021. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 27 out. 2021

LIMA, Renato Xavier; FERRAREZI JUNIOR, Edeimar. A INDÚSTRIA DE CAFÉ SOLÚVEL NO BRASIL: um mercado em importante crescimento. **Interface Tecnológica** -v. 18 n. 2 (2021). Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1205/699> Acesso em 05 out. 2023.

MACHADO, Alessandra Helena Ramires; PUIA, Jacqueline Dalbelo; MENEZES, Katia Cristina; MACHADO, Wesley. **A Cultura do Café (Coffea arabica) em Sistema Agroflorestal.** Brazilian Journal Of Animal And Environmental Research, [S.L.], v. 3, n. 3, p. 1357-1369, 2020. BJAER - Brazilian Journal of Animal and Environmental Research. <http://dx.doi.org/10.34188/bjaerv3n3-053>. Disponível em: <https://brazilianjournals.com/index.php/BJAER/article/view/14443/11994>. Acesso em: 24 mai 2022.

MARTINS, Ana Luiza. **História do Café.** 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2012.

MARTINS, Ana Luiza. **História do Café.** São Paulo: Contexto, 2008.

MAZUR, Lisiane Cristina. **O CAFÉ E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A INDUSTRIALIZAÇÃO BRASILEIRA.** 2004. 40 f. Monografia (Especialização) -

Curso de Ciências Econômicas, Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná., Curitiba, 2004. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/75051/LISIANE-CRISTINA-MAZUR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 24 mai. 2022.

MISTRO, Julio César. **A cultura do café. São Paulo:** Instituto Agrônômico (IAC/APTA), 2012. Disponível em: <https://petfaem.files.wordpress.com/2013/10/a-cultura-docafc3a9.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2022.

MOTTA SOBRINHO, A. **A civilização do café.** Prefácio de Caio Prado Júnior. Terceira Edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1978. Acesso em: 12 mar. 2022.

RITA, L. P. S.; FILHO, J. C. V.; PAULA, M. A.; CALHEIROS, A. P. R.; ARAÚJO, A. C. **Perfil do Consumidor de Produtos e Serviços Tecnológicos Baseados na Abordagem da Technology Readiness Index (TRI).** In: SEGeT - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. 4.2007. [https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/1448_Perfil%20do%20Consumidor%20de%20Produtos%20e%20Servicos%20Tecnologicos%20Baseados%20na%20Abordagem%20da%20Technology%20Readiness%20Index%20\(TRI\).pdf](https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/1448_Perfil%20do%20Consumidor%20de%20Produtos%20e%20Servicos%20Tecnologicos%20Baseados%20na%20Abordagem%20da%20Technology%20Readiness%20Index%20(TRI).pdf). Acesso em: 19 abr. 2023.

RODRIGUES H. L.; DIAS F D.; TEXEIRA N C. **Revista.** Pensar Gastronomia, v.1,n.2. Acesso em: 12 mar. 2022.

SAFRA BRASILEIRA DE CAFÉ, v. 5– Safra 2019, n. 3 - **Terceiro levantamento**, Brasília, p. 1-48, setembro 2019. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/cafe>. Acesso em: 03 mar. 2022.

SAFRA BRASILEIRA DE CAFÉ, V.5 - SAFRA 2018 - N.4 - **Quarto levantamento** | Publicado em Terça, 18 de dezembro de 2018, 09h00. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/cafe/boletim-da-safra-de-cafe/item/>. Acesso em: 03 abr. 2022.

SIQUEIRA, Tagore Villarim de. **A cultura do café: 1961-2005.** BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 22, p. 205-270, set. 2005. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2264/1/BS%2022%20A%20cultura%20caf%c3%a9_completo_P.pdf Acesso em: 05 mai. 2019.

SOUZA, J. P; MENDONÇA, J. M. A; MENDONÇA, L. M. L. V; ONUMA, F. M. S. **Análise dos Hábitos de Consumo de Café Pelas Famílias da Cidade de Botelhos, no Sul de Minas Gerais.** In: Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil, 8. 2013, Salvador. Anais. Salvador. Disponível em: http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/spcb_anais/simposio8/247.pdf. Acesso em: 25 jun. 2020.

APÊNDICE A - Questionário de coleta de dados da pesquisa**1. Qual o seu gênero?**

- a) Masculino
- b) Feminino
- c) Prefiro não me identificar

2. Qual a sua faixa etária?

- a) 18 - 25 Anos
- b) 26 - 30 Anos
- c) 31 - 35 Anos
- d) 36 - 40 Anos
- e) 41- 45 Anos
- f) 46 - 50 Anos
- g) Acima de 50 Anos

3. Qual a sua renda familiar (incluindo todos os membros de seu núcleo familiar, ou seja, número de pessoas que moram com você ou que provém seu sustento)?

- a) De 0 a 2 salário-mínimo (R\$2.603,00)
- b) De 2 a 4 salários-mínimos (R\$2.604,00 a R\$5.207,00)
- c) De 5 a 9 salários-mínimos (R\$5.208,00 a R\$11.718,00)
- d) Mais de 9 salários-mínimos (acima de R\$11.718,00)
- e) Prefiro não informar

4. Qual seu vínculo com a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)?

- a) Aluno
- b) Servidor Professor
- c) Servidor Administrativo

5. Qual curso você frequenta na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)?

- a) Ciências da Computação
- b) Engenharia Ambiental
- c) Engenharia Civil
- d) Engenharia de Alimentos
- e) Engenharia Eletrônica
- f) Engenharia Química
- g) Licenciatura em Química
- h) Tecnologia em Alimentos
- i) Professor / Servidor

6. Você consome a bebida café?

- a) Sim
- b) Não

7. Se não, substitui a bebida por alguma outra? Qual?

- a) Água
- b) Chás
- c) Energéticos
- d) Leite com achocolatados
- e) Sucos
- f) Suplementos
- g) Nenhuma
- h) Outros, quais?

8. Por qual motivo não consome a bebida café?

- a) Café Não Faz Bem
- b) Não Ter o Hábito
- c) Sabor da Bebida não Agrada
- d) Sem Motivo
- e) Outros, quais?

9. Por qual(is) o(s) motivo(s) você consome a bebida café?

- a) Hábito
- b) Satisfação
- c) Sabor
- d) Disposição
- e) Rotina Diária
- f) Questões de saúde
- g) Outros, quais?

10. Por qual motivo consome a bebida café?

- a) Simples Hábito
- b) Sabor e Aroma
- c) Necessidade da Rotina
- d) Aumento de Disposição
- e) Outros, quais?

11. Para quem e quando você prepara a bebida café?

- a) Apenas para mim, diariamente
- b) Para toda a família, diariamente
- c) Apenas em ocasiões especiais
- d) Não preparo café, compro pronta

12. Qual(is) tipo(s) de café você consome diariamente?

- a) Prefiro café em pó coado em coador de pano
- b) Prefiro café em pó coado em filtro de papel
- c) Prefiro café expresso preparado em cafeteiras/lanchonetes
- d) Prefiro café em cápsulas
- e) Prefiro café solúvel
- f) Não tenho preferência

13. Como você prefere consumir a bebida café diariamente?

- a) Sem Açúcar
- b) Adoçado com Açúcar
- c) Adoçado com Adoçantes
- d) Alterno entre adoçado e Sem Açúcar

14. Você mudou a forma de consumir a bebida café ao longo do tempo?

- a) Sim, Tipo de Café
- b) Sim, Forma de Preparo do Café
- c) Sim, Deixar de Adoçar o Café
- d) Sim, Frequência de Consumo da bebida
- e) Não

15. O que você leva em consideração na hora de comprar um pó de café no mercado?

- a) Preço
- b) Sabor
- c) Marca
- d) Promoção
- e) Rastreabilidade do grão
- f) Tipo de embalagem
- g) Tipo de torra
- h) Selo de qualidade
- i) Nenhuma das Opções acima

16. Com que frequência você consome a bebida?

- a) Uma Vez ao Dia
- b) Duas Vezes ao Dia
- c) Três Vezes ao Dia
- d) Quatro ou mais Vezes ao Dia
- e) Uma Vez na Semana

17. Qual período/horário você consome a bebida?

- a) Apenas na parte da manhã
- b) Apenas na parte da tarde
- c) Apenas na parte da noite
- d) Durante o dia (manhã e tarde)

18. Dos tipos de café listados abaixo, qual você prefere?

- a) Prefiro café em pó coado em coador de pano
- b) Prefiro café em pó coado em filtro de papel
- c) Prefiro café expresso preparado em cafeterias/lanchonetes
- d) Prefiro café em cápsulas
- e) Prefiro café solúvel
- f) Prefiro café expresso preparado em cafeterias
- g) Não tenho preferência

19. Dos tipos de café listados abaixo, qual você mais consome?

- a) Café em pó coado em coador de pano
- b) Café em pó coado em filtro de papel
- c) Café expresso preparado em cafeterias/ lanchonetes
- d) Café de cápsulas
- e) Café solúvel
- f) Não tenho preferência

20. Quando começou a consumir a bebida café?

- a) Infância
- b) Adolescência
- c) Vida adulta (Após Ingressar na Faculdade)
- d) Vida Adulta (Após Ingressar no Mercado de Trabalho)
- e) Não Tenho Lembrança

21. Das opções abaixo, de qual (ais) maneiras você consome a bebida?

- a) Café com adoçamento após alguma refeição
- b) Café sem adoçamento após alguma refeição
- c) Café sem açúcar e com leite para acompanhar a refeição da manhã
- d) Café com açúcar e com leite para acompanhar a refeição da manhã
- e) Antes de iniciar algumas atividades físicas
- f) Café com açúcar para acompanhar a refeição da manhã
- g) Café sem açúcar para acompanhar a refeição da manhã
- h) Quando estou sonolento
- i) Antes de começar a trabalhar/ Estudar

22. Como a pandemia (Covid-19) afetou o seu consumo da bebida café?

- a) Consumir Cafés Mais Baratos
- b) Consumir Cafés Especiais
- c) Consumir Menos Café
- d) Deixei de Tomar Café com Açúcar
- e) Consumir Mais Café
- f) Não Foi Afetado

APÊNDICE B - Termo de consentimento livre e esclarecimento (TCLE)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)- TESTE DE ACEITAÇÃO

Título da pesquisa: “PERFIL DE CONSUMO DE CAFÉ POR ALUNOS E SERVIDORES DA UTFPR – CAMPUS CAMPO MOURÃO”.

Pesquisador: Felipe Augusto Lima.

Endereço: Rua Interventor Manoel 1355, CEP: 87301-110, Campo Mourão – PR.

Telefone: (44) 99985-8869

Orientadora: Renata Hernandez Barros Fuchs.

Endereço: Via Rosalina Maria dos Santos, 1233 CEP: 87301-899 Caixa Postal: 271. Campo Mourão – Paraná. **Telefone:** (44) 3518-1431 **Celular:** (44) 99954-8487.

Local de realização da pesquisa: Universidade Tecnológica Federal do Paraná- campus Campo Mourão.

Endereço: Via Rosalina Maria Santos, 1233 Campo Mourão - PR, CEP 87301-899.

Telefone: (44) 3518-1400.

A) INFORMAÇÕES AO PARTICIPANTE

1. Apresentação da pesquisa.

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), de uma pesquisa “**PERFIL DE CONSUMO DE CAFÉ POR ALUNOS E SERVIDORES DA UTFPR CAMPUS CAMPO MOURÃO**”. Uma pesquisa a qual apresentara o perfil de consumidores de café da UTFPR -CM, será realizada a partir de respostas de questões disponíveis em um Formulário Google, que pode ser acessado a partir do link (<https://forms.gle/q3ik6sLndwS5rJhc6>). O tempo estimado para resposta do formulário é de aproximadamente cinco (5) minutos para as questões relacionadas ao perfil do entrevistado, preferências, dados sociodemográficos e socioeconômicas. Todos os dados serão obtidos de forma voluntária, ou seja, sem aporte financeiro por nenhuma das partes.

2. Objetivos da pesquisa.

O objetivo desta pesquisa será realizar uma análise do perfil dos consumidores através de um questionário que conterà questões tanto subjetivas quanto objetivas.

3. Participação na pesquisa.

Caso seja de seu interesse participar dessa pesquisa, os voluntários somente terão acesso ao questionário online após realizar o aceite do TCLE online. A participação da pesquisa será limitada a um público composto por adultos, maiores de 18 anos, de ambos os sexos, e que Rubrica do Pesquisador Rubrica do sujeito de pesquisa concordem em participar voluntariamente compartilhando os dados a partir do preenchimento de um formulário online alocado na plataforma Google (Google formulários).

Caso o (a) voluntário (a) concorde em participar da pesquisa, depois de estar ciente dos objetivos deste projeto, deverá imprimir/salvar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que será assinado e enviado pelo pesquisador, e deverá ser armazenado pelo participante em local seguro definido pelo participante da pesquisa.

Os voluntários que aceitarem participar da pesquisa não irão correr nenhum risco à sua imagem em decorrência do estudo. Portanto, existe a possibilidade de que a pesquisa cause o risco mínimo do constrangimento aos participantes, uma vez que em caso de sentir-se mal, haverá total liberdade para deixar qualquer uma das etapas da pesquisa a qualquer momento, sem necessidade de explicação ou justificativa para tal. Na divulgação dos resultados desse estudo, nenhum nome de participante será citado. Para participar deste estudo, o voluntário não contará com nenhuma ajuda de custo e não receberá qualquer vantagem financeira.

4. Confidencialidade.

Os pesquisadores asseguram que o caráter anônimo dos participantes será mantido e que as identidades serão protegidas. Os resultados dos participantes não serão, em nenhuma hipótese, identificados nominalmente. Para fins de tratamento de dados, estes serão identificados por código alfanumérico. Assim, caso o voluntário tenha interesse rever suas respostas, estas serão informadas de forma pessoal e particular.

Ao aceitar os termos da pesquisa, os formulários com as informações sobre os participantes serão mantidos pelo pesquisador em confidência estrita, juntos em um único arquivo. Nenhuma informação que possa identificar a participação de um voluntário específico será liberada sem a permissão ou autorização documentada do participante. Uma vez concluída a coleta de dados, o pesquisador responsável fará o download dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local, apagando todo e qualquer registro de qualquer plataforma virtual, ambiente compartilhado ou

"nuvem". Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos, e após esse tempo serão destruídos.

Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Asseguramos que os voluntários receberão uma cópia do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido Assinada pelo pesquisador após aceite das condições do termo. Rubrica do Pesquisador Rubrica do sujeito de pesquisa.

5. Desconfortos, Riscos e Benefícios.

Desconfortos e ou Riscos: Antes de responder as perguntas, o participante da pesquisa tem o direito de solicitar acesso ao teor do conteúdo do instrumento (tópicos que serão abordados), para uma tomada de decisão. Pode haver riscos característicos do ambiente virtual, como a impossibilidade ou limitação de uso de meios eletrônicos ou acesso à internet enquanto estiver respondendo a pesquisa.

As limitações dos pesquisadores para assegurar total confidencialidade e evitar risco de sua violação estão associadas à Política de Privacidade do Google, disponível ao final de cada página do formulário. Haverá total liberdade para deixar qualquer uma das etapas da pesquisa a qualquer momento, sem necessidade de explicação ou justificativa para tal.

Benefícios: Não há benefícios diretos ao participante da pesquisa. No entanto, o desenvolvimento da pesquisa será possível conhecer o perfil, preferência e hábitos de consumo de café de alunos e servidores da UTFPR campus Campo Mourão em um cenário atual.

6. Critérios de inclusão e exclusão.

Inclusão: Indivíduos maiores de 18 anos, independente do gênero, consumidores habituais de café ou não dispostos a participar da pesquisa, alunos e servidores da UTFPR, campus Campo Mourão.

Exclusão: Não se aplica.

7. Direito de sair da pesquisa e a esclarecimentos durante o processo.

O voluntário receberá os esclarecimentos sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A

participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que o voluntário é atendido pelo pesquisador, que tratará a sua identidade com sigilo absolutamente assegurado.

Nessas situações, o pesquisador enviará ao participante de pesquisa, a resposta de ciência do interesse do participante de pesquisa retirar seu consentimento.

Fica claro, através deste instrumento, que você tem os direitos de:

- A)** deixar o estudo a qualquer momento sem nenhum tipo de ônus e;
- B)** de receber esclarecimentos em qualquer etapa da pesquisa. Bem como, você tem liberdade de recusar ou retirar o seu consentimento a qualquer momento sem penalização.

Você pode assinalar o campo a seguir, para receber o resultado desta pesquisa, caso seja de seu interesse:

Quero receber os resultados da pesquisa por e-mail:

E-mail: _____

;

Quero receber os resultados da pesquisa via WhatsApp:

Celular para envio: _____.

Não quero receber os resultados da pesquisa.

8. Ressarcimento ou indenização.

A pesquisa pode ser respondida em sua própria residência, a qualquer horário. Você não será remunerado e não terá nenhuma despesa por participar desta pesquisa.

Caso ocorram perdas ou danos comprovadamente decorrentes de sua participação na pesquisa, indenizações podem ocorrer como previsto na Resolução 466/2012. Itens II.21 – ressarcimento: compensação material, exclusivamente de despesas do participante e seus acompanhantes, quando necessário, tais como transporte e alimentação; e II.7 – indenização: cobertura material para reparação a dano, causado pela pesquisa ao participante da pesquisa.

A) ESCLARECIMENTOS SOBRE O COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA:

O Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos (CEP) é constituído por uma equipe de profissionais com formação multidisciplinar que está trabalhando para assegurar o respeito aos seus direitos como participante de pesquisa. Ele tem

por objetivo avaliar se a pesquisa foi planejada e se será executada de forma ética. Se você considerar que a pesquisa não está sendo realizada da forma como você foi informado ou que você está sendo prejudicado de alguma forma, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (CEP/UTFPR). Av. Sete de Setembro, 3165, Rebouças, CEP 80230-901, Curitiba-PR, telefone: (41) 3310-4494 e-mail: coep@utfpr.edu.br.

B) CONSENTIMENTO.

Eu declaro que li e entendi os objetivos da pesquisa “PERFIL DE CONSUMO DE CAFÉ POR ALUNOS E SERVIDORES DA UTFPR – CAMPUS CAMPO MOURÃO”. Declaro ter compreendido o objetivo, a natureza, os riscos e benefícios deste estudo e ter entendido que é imprescindível imprimir/salvar uma cópia do TCLE online. Após o aceite, será enviada uma cópia em formato PDF assinada pelo pesquisador, a qual ficará sob a sua guarda, como forma de garantia e proteção. Após ter lido o TCLE e ter refletido por um tempo razoável, eu decidi, livre e voluntariamente, participar deste estudo. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi e imprimi /salvei uma cópia deste termo de consentimento livre e esclarecido.

Nome Completo: _____

RG: _____ Data de Nascimento: ___/___/____ Telefone: _____

Assinatura _____ Data: ___/___/____

AO CONCORDAR COM OS TERMOS DE PARTICIPAÇÃO DA PESQUISA, O VOLUNTÁRIO RECEBERÁ PELO E-MAIL CADASTRADO AO FINAL DO TERMO, UMA CÓPIA DO DOCUMENTO TCLE EM PDF, ASSINADA PELO PESQUISADOR. A CÓPIA DEVERÁ SER ARMAZENADA PARA FINS DE SEGURANÇA DO VOLUNTÁRIO.

Para todas as questões relativas ao estudo ou para se retirar do mesmo, poderão se comunicar com Renata via e-mail: renata@utfpr.edu.br ou telefone: (44) 99954-8487.

Data: ___ / ___ / _____

Renata Hernandez Barros Fuchs

Eu declaro ter apresentado o estudo, explicado seus objetivos, natureza, riscos e benefícios e ter respondido da melhor forma possível às questões formuladas.

Contato do Comitê de Ética em Pesquisa que envolve seres humanos para denúncia, recurso ou reclamações do participante pesquisado: Comitê de Ética em Pesquisa que envolve seres humanos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (CEP/UTFPR);

Endereço: Av. Sete de Setembro, 3165, Bloco N, Térreo, Rebouças, CEP 80230-901, Curitiba -PR **Telefone:** 3310-4494 - **e-mail:** coep@utfpr.edu.br.

Confirmando ter lido o TCLE e estar de acordo com os termos da pesquisa.

Aceite de sua participação no estudo?

SIM NÃO