



XXIII - Evento de Iniciação Científica da Embrapa Florestas 22 de agosto de 2024

Percepção dos consumidores em relação às embalagens de erva mate ⁽¹⁾

Maria Iolanda Mendes Silva ⁽²⁾, Rossana Catiê Bueno de Godoy ^(3,5) e Grasielle Beloni de Melo ⁽⁴⁾

⁽¹⁾ Trabalho realizado com apoio financeiro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). ⁽²⁾ Bolsista Pibic/CNPq, Embrapa Florestas, Colombo, PR. ⁽³⁾ Pesquisadora, Embrapa Florestas, Colombo, PR. ⁽⁴⁾ Bolsista, Embrapa Florestas, Colombo, PR. ⁽⁵⁾ catie.godoy@embrapa.br

Resumo — As embalagens, além de protegerem os produtos, são veículos de comunicação entre cliente e empresa. Objetivou-se avaliar a percepção de quatro embalagens de erva mate por 12 consumidores habituados ao consumo do produto. Utilizou-se grupo focal, metodologia qualitativa com interações entre os participantes, guiada pelas perguntas: qual a mensagem ou sentimento que a embalagem transmite?; quais os pontos positivos e negativos em relação às cores e informações?; quais as informações faltantes e sugestões de melhorias para incrementar a aceitação? A embalagem da marca A, produto tradicional e de amplo consumo, foi considerada antiga, as cores precisam ser reavaliadas, material rasga fácil e deveria informar o tipo de moagem, ponto positivo: informa o modo de preparo do chimarrão. Embalagem B, cor laranja, considerada atraente, papel multicamadas relaciona-se com rusticidade e nostalgia, traz informações completas da matéria-prima como a porcentagem de folhas, além do processo de maturação. No entanto, a forma como as informações estão diagramadas e o fechamento deixam a desejar. Embalagem C, laminada à vácuo, transmite maior segurança e qualidade ao consumidor, cores equilibradas, modernidade, não apresenta a porcentagem de folhas, e sugerido o uso de fecho do tipo ziplock. Embalagem D, laminada com mapa do Rio Grande do Sul, textura agradável, cores alegres, boa qualidade, demonstrando sentimento de tradicionalismo e confiabilidade, em função da longevidade da marca. Em contrapartida, não informa a porcentagem de folhas e apresenta perda de vácuo. Conclui-se que as informações coletadas pelo grupo focal podem ser estratégicas para as empresas ervateiras.

Termos para indexação: cores, grupo focal, aceitabilidade