



XXV Congresso de Iniciação Científica da Unicamp

18 a 20 Outubro Campinas | Brasil

25
ANOS

2017



Consumo de café orgânico: disposição a pagar e a influência do preço na decisão dos consumidores de Piracicaba – SP.

Ana Lurdes Rinaldi*, Christiano França da Cunha.

Resumo

O principal objetivo do estudo foi verificar qual é a disposição a pagar por café orgânico, e qual é a influência do preço na decisão dos consumidores da cidade de Piracicaba - SP. Verificou-se que o principal fator que motiva as pessoas a comprarem orgânicos é a preocupação com a saúde, e que o preço elevado do produto é o principal fator que faz com que as pessoas não tenham disposição a pagar o valor proposto. Entretanto, percebe-se que os consumidores de café orgânico não são sensíveis à aumento dos preços, e que 80% dos consumidores continuavam dispostos a pagar.

Palavras-chave:

Café, Orgânico, Marketing.

Introdução

O café está presente em 98,2% das residências do Brasil (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ - ABIC, 2015; BRASIL, 2015). Devido a grande presença do café nos lares brasileiros, será analisado um dos segmentos do setor, o café orgânico. Nos últimos anos, o comportamento do consumidor mudou, pois ele passou a se preocupar com a qualidade do produto e não somente com a quantidade (CUNHA, 2006). Com relação a essa busca por atributos de qualidade, destaca-se os produtos orgânicos, pois são livres de agrotóxicos e atendem as normas de certificação de qualidade (SAMPAIO et al., 2013). Portanto, o objetivo deste estudo é analisar qual é a disposição a pagar por café orgânico e qual é a influência do preço na escolha dos consumidores de Piracicaba - SP. Como objetivos específicos, temos: verificar o perfil do consumidor de produtos orgânicos, e do consumidor de café orgânico.

Resultados e Discussão

Foi entrevistado 100 consumidores. Trabalhou-se com a faixa de preço de R\$ 22,00 a R\$26,00. Verificou-se que 61,29% dos entrevistados consomem produtos orgânicos e 38,71% não. Para 75,44% dos entrevistados, o que determina sua escolha por produtos orgânicos é a preocupação com a saúde. Percebe-se que 30% dos entrevistados estariam dispostos a pagar um valor inicial proposto ao café orgânico, e que 70% não. Abaixando este valor em R\$ 1,00 percebe-se que 94,29% das pessoas continuaram não dispostas a pagar; e 5,71% mudaram de opinião. Quando o preço foi acrescido em R\$1,00 notou-se que 80% das pessoas que já estavam dispostas a pagar o preço inicial, mantiveram-se dispostas a pagar. Para os que não estão dispostos a pagar nenhum dos preços, o principal motivo foi o preço elevado (58,33)%.

Conclusões

A pesquisa contribuiu para entendermos a disposição a pagar por café orgânico e qual é a influência do preço na decisão dos consumidores. Verificou-se que, para as pessoas dispostas a pagar o preço inicial sugerido, existe um cenário de demanda inelástica, que de acordo com Pinho e Vasconcellos (2004), é a situação na qual a variação da quantidade demandada é menor que a variação percentual dos preços. Assim, conclui-se que os consumidores de café orgânico não são sensíveis ao aumento de preço, já que 80% mantiveram-se dispostos a pagar. Segundo Passador et al. (2006), o preço é um dos principais fatores que restringe o consumo de orgânicos, sendo citado por 58% dos consumidores.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ – ABIC. **Indicadores da indústria de café no Brasil - 2015**. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=61#consint2015.2>>. Acesso em: 26 fev. 2017.

Cunha, C. F. **Disposição a pagar pelo café orgânico: um estudo no município de São Paulo**. 2006. 166 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba.

Sampaio, D. O.; Gosling, M.; Fagundes, A. F. A.; Sousa, C. V. **Uma análise da produção acadêmica brasileira sobre o comportamento do consumidor de alimento orgânico entre 1997 a 2011**. Revista Eletrônica de Administração, 19(3), 620-64, 2013.

Pinho, D. B.; Vasconcellos, M. A. S. **Manual de economia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

Passador, J. L.; Lima, D. O.; Spanhol, C.P.; Rodrigues F. S. **A percepção dos riscos de consumo na decisão de compra por alimentos orgânicos**. In: XIII SIMPEP, 2006, Bauru.