

DEMANDA DOS CONSUMIDORES FINAIS DE CAFÉ TORRADO E MOIDO

TM da Silva - Graduanda em Engenharia Agrônoma, CESEP Machado - MG; KS Franco Jr, Eng. Agrônomo MSc Professor CESEP Machado - MG.

O Brasil é o maior produtor de café mundial e segundo maior consumidor. Exportou 30,7 milhões de sacas do produto no ano de 2017, gerando uma receita de US\$ 5,2 bilhões de acordo com Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé). O café brasileiro é consumido por cerca de 130 países diferentes, porém ainda pouco se sabe da origem dos cafés comercializados, das cultivares utilizadas, tipo de torra e tipo de sistema de preparo, muitas marcas não possuem esse tipo de informações em sua embalagem. O presente trabalho tem o objetivo de obter dados referentes ao perfil de demanda dos consumidores de café em relação à apresentação e suas embalagens, origem e qualidade assim podendo contribuir com as empresas para atenderem melhor seus clientes. A coleta de dados foi realizada por meio da mídia, envio de questionários para o e-mail, disponibilizados na internet e através de grupos compostos por consumidores de café, sendo este método de coleta de dados classificado como questionário auto preenchido, em que o pesquisado lê o instrumento da pesquisa e o responde espontaneamente sem a intervenção do entrevistador (Mattar, 2008). Os questionários compostos de 20 questões fechadas que atenderam ao objetivo da pesquisa foram enviados para os entrevistados em 2 julho de 2018, sem estipulação de período para o recebimento das respostas, então em 31 de agosto de 2018 os dados obtidos com um com o total de 80 compradores/consumidores de café entrevistados foram coletados e agrupados para análise.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na avaliação de gênero dos entrevistados, verificou-se que 68,8% pertencem ao sexo masculino, enquanto 31,3% do sexo feminino demonstrando uma distribuição heterogênea na amostra. A faixa etária predominante esta entre 20 e 30 anos, com 48,8% do grupo. Compradores de 15 a 20 anos representam apenas 1,3% dos entrevistados. A faixa salarial predominante é acima de 3 salários mínimos é de 41,3% dos compradores entrevistados. Verifica-se, portanto que a grande maioria dos entrevistados possui uma remuneração até o valor de R\$2.862,00 (dois mil oitocentos e sessenta e dois reais). Ao serem questionados sobre a frequência que vão aos supermercados, 55% dos entrevistados relataram uma frequência de 2 a 4 dias, 8,8% que frequentam os supermercados diariamente e 36,3% relataram ir ao supermercado apenas 1 vez por mês. Ao que se diz respeito ao consumo 35% dos compradores consomem café de 2 a 4 vezes por dia, apenas 2,5% dos compradores entrevistados não consomem o produto, 31,3% consomem café acima de 4 vezes por dia e 31,3% diz consumir café 2 vezes por dia.

Dentre as preferências de sistemas de produção de café 60,8% dos compradores alegaram ter preferência pelo café de sistema convencional e 21,5% preferência pelo sistema orgânico e apenas 17,5% preferência pelo sistema natural de produção.

Os compradores entrevistados se mostraram bem tradicionais no que se diz respeito ao tipo de café que tem costume de comprar, considerando que 84,8% costuma comprar café torrado e moído, 7,6% compram café expresso, 5,1% compram café em capsula e 2,5% compram café instantâneo.

A qualidade mereceu destaque na decisão de compra, sendo adotada por 68% dos entrevistados. Na sequência preço, marca e embalagem com 12,7%, 10,1% e 5,1% respectivamente. Quando questionados da preferência por tipo de torra 74,7% dos entrevistados afirmaram priorizar a torra média como torra ideal (Gráfico 1).

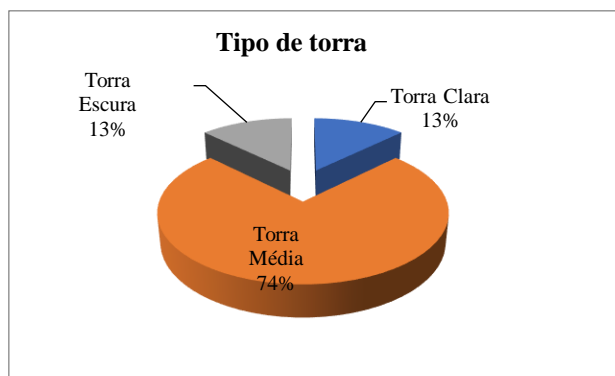


Gráfico 1: Preferência por tipo de torra

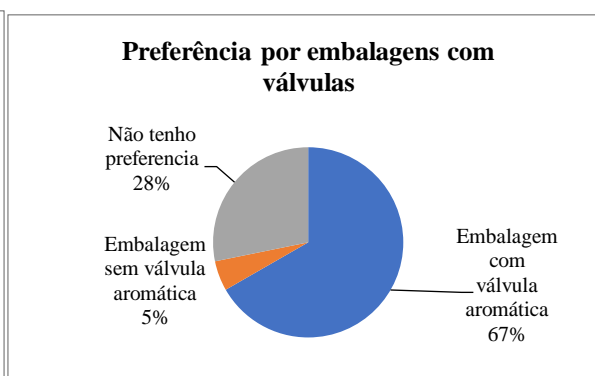


Gráfico 2: Preferência por embalagens

Com relação às cores mais atrativas nas embalagens de cafés 61,5% alegaram preferência por embalagens da cor vermelha e 43,6% por embalagens da cor preta. Quando questionados sobre a válvula aromática nas embalagens de cafés 66,7% dos entrevistados alegaram ter preferência por embalagens com válvula (Gráfico 2).

Ao serem questionados sobre um maior valor em cafés com embalagens que atendam suas preferências, 57% dos entrevistados alegaram que pagariam a mais e 72,3% estão dispostos a desembolsar mais dinheiro na compra de produtos com embalagens atrativas e alegaram pagar até 10% acima do valor de mercado.

A respeito do tipo de embalagem 47,5% dos diz ter preferência por embalagem a vácuo, onde o produto é preservado por mais tempo, enquanto 33,8% diz não ter preferência pelo tipo de embalagem e 18,8% diz ter preferência por tipo de embalagem almofada momento da compra.

Quando questionados sobre o conhecimento dos programas de certificação de qualidade e origem de cafés 85% dos compradores entrevistados alegaram conhecer os programas e afirmaram pagar acima do valor de mercado por um produto com o selo de certificação (Gráfico3)

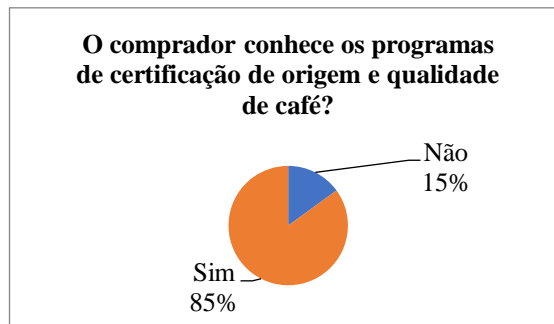


Gráfico 3: Certificação de origem e qualidade

Em relação às informações que faltam na embalagem de café 71,1% dos compradores alegaram faltar informações do produtor e que essa informação deve estar em evidência no rotulo de café. E em relação às cultivares 53,9% dos compradores alegaram que faltam informações nas embalagens sobre as cultivares utilizadas pelo produtor.

Verificou-se ainda, que os consumidores não acham suficientes as informações indicadas nas embalagens e rótulos de café, julgando necessário que contenham mais informações sobre o produtor do café e cultivares utilizadas na produção do produto. Os entrevistados alegaram ainda, que estas informações devem estar em destaque no rótulo das embalagens.

CONCLUSÕES

Concluiu-se que os consumidores estão preocupados e demandam embalagens mais atraentes e adequadas a manter a qualidade do produto, querem saber sobre a origem e forma de produção e tem conhecimentos dos programas de certificação de qualidade e origem de cafés e afirmaram pagar acima do valor de mercado por um produto com o selo de certificação.