

FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMPRA DE CAFÉ PELOS ALUNOS DO IFSULDEMINAS – CAMPUS MACHADO: UM ESTUDO SOBRE AS EMBALAGENS.

T.M. Silva, Tecnólogo em Cafeicultura, IF Sul de Minas, Machado-MG e L.S. Soares, Prof^a. Ms. em Sistemas de Produção na Agropecuária, IF Sul de Minas, Machado-MG.

A embalagem é um recipiente mundialmente utilizado para armazenar temporariamente os produtos, facilitando seu transporte e manipulação. Dentre as importantes funções desempenhadas, a proteção, conservação da qualidade e até mesmo a promoção dos produtos, com destaque às características marcantes que seus fabricantes pretendem divulgar, são fatores que fazem deste recipiente, um componente essencial dos produtos desde a fabricação até o seu consumo. Além de ser fortemente considerada como importante componente na manutenção da qualidade e de proteção dos produtos, a embalagem também é classificada por suas funções mercadológicas e comunicacionais, pois características como a cor, o rotulo, a forma começaram a ser referência para atratividade visual dos produtos, verificando-se que é possível comunicar-se com os consumidores através das embalagens, dando à ela uma nova importância para agregar valor aos produtos. Desta forma, estudar esse invólucro engloba compreender de forma ampla como ocorre sua influência sobre o consumidor de café, no momento da compra do produto, possibilitando identificar melhorias a serem realizadas e ainda, os fatores que realmente são considerados pelos consumidores, no momento da compra.

Este trabalho tem como objetivo avaliar os fatores que influenciam a decisão de compra de cafés dos alunos dos cursos de Tecnologia em Cafeicultura e Tecnologia em Alimentos do IFSULDEMINAS - Campus Machado, especialmente em relação à apresentação das embalagens e suas contribuições na comercialização destes produtos. Os dados primários foram coletados através da aplicação de questionário de pesquisa estruturado com questões objetivas. Para correta elaboração do questionário, foram entrevistados alguns alunos, obtendo-se uma amostra piloto que forneceu subsídios para as alterações necessárias para comprovar sua validade. O questionário foi composto de 18 questões fechadas que atenderam ao objetivo da pesquisa. A coleta de dados foi realizada no mês de novembro de 2013, com o total de 80 alunos dos cursos de Tecnologia em Cafeicultura e Tecnologia em Alimentos, visando obter o maior número possível de informações a fim de avaliar se a decisão de compra de café do grupo selecionado é influenciada pelas embalagens dos produtos.

Resultados e conclusões

Ao comprar café para consumo, a qualidade mereceu destaque na decisão de compra, sendo apontada por 48% do grupo entrevistado como um fator muito importante. Na sequência, foram apontados como muito importantes o preço e a marca com 22% e 18%, aparecendo à embalagem como quarto fator muito importante na decisão de compra de cafés, com 12% das respostas obtidas (Gráfico 1). Tal comportamento é confirmado pelas pesquisas de Antonialli (2006) que identifica a qualidade como fator fundamental na compra de café, entretanto, o consumidor associa este fator à marca de sua preferência.

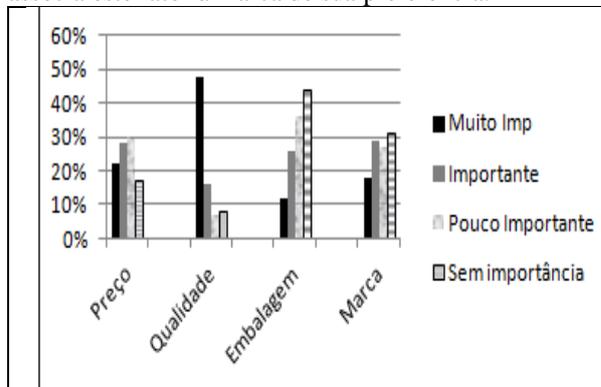


Gráfico 1: Fatores decisivos para compra de café.

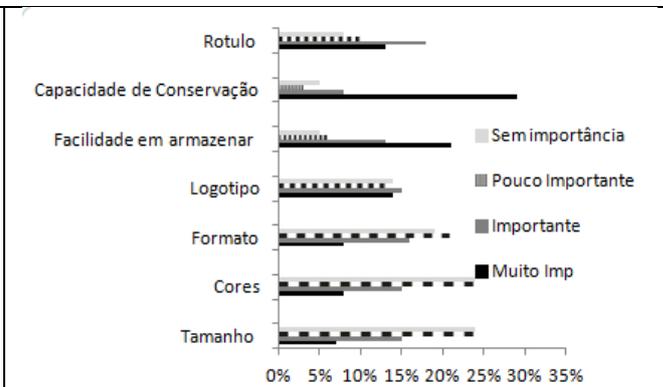


Gráfico 2: Importância das características das embalagens.

Gráfico 1: Fatores decisivos para compra de café.

Gráfico 2: Importância das características das embalagens.

No Gráfico 2, com relação às características das embalagens de café e suas contribuições para a compra do produto, foi considerado como fator muito importante por 29% dos entrevistados, capacidade de conservação dos produtos, 21% a facilidade de armazenamento, resultado também encontrado por Sousa et al (2012), onde para o consumidor a importância da embalagem reflete diretamente na qualidade do produto, seja com relação a proteção e conservação contribuindo dessa maneira para segurança o produto final.

Concluiu-se que especialmente no caso da venda de café, os alunos dos cursos de Tecnologia em Cafeicultura e Tecnologia em Alimentos do IFSULDEMINAS – Câmpus Machado consideram irrelevantes as cores das embalagens de café, não apresentando preferências neste caso. A pesquisa possibilitou verificar que as embalagens contribuem para a comercialização de cafés, à medida que dão ao produto, a segurança necessária de que sua qualidade e características serão mantidas. Os consumidores de café percebem as embalagens com ênfase nos atributos de proteção à qualidade e deixam em segundo plano, os aspectos visuais e mercadológicos, no caso do café.