

Outro aspecto relevante identificado no comportamento desses consumidores, diz respeito ao aspecto antropológico (cultural), relacionado aos padrões de comportamento sociais, transmitidos no dia-a-dia. Por exemplo, a tradição das pessoas em tomar um cafezinho ao receberem ou fazer visitas (mais de 40% dos respondentes). Tal comportamento é aprendido e transmitido através do processo de socialização que tem sua base na família ou em grupos a que pertence o indivíduo (Rocha & Christensen, 1987; Cobra, 1992). Isso confirma os estudos de Zylbersztajn et al. (1993), ABIC - Projeto (1997) e Sette (1999) que, nos seus resultados, apresentaram, como aspectos positivos, o café como tendo uma função social relacionada à hospitalidade e outra cultural, arraigada nas tradições do país.

Buscou-se verificar também qual seria a influência pessoal sobre o comportamento do consumidor sobre a atitude de mudar a marca de café em função da recomendação de terceiros, seja dos grupos a que pertence ou influências pessoais.

De acordo com os resultados obtidos, evidenciou-se que os consumidores pertencentes ao grupo 1 (composto por 612 respondentes, prevalecendo consumidores das cidades de São Paulo - 37,6%, e de Belo Horizonte - 32,5%) demonstraram em seu comportamento uma maior possibilidade de se deixarem influenciar pela recomendação de terceiros, na tomada de decisão de compra. Isso vem confirmar Bliss (1978) que comenta ser fácil mudar atitudes, tendo como referência grupos ou fontes com novas informações. O estudo de Kelman, citado por Bliss (1978), vem reforçar esse resultado, quando verificou que o indivíduo cede à influência de um outro. Logo, conclui-se que estratégias de *marketing*, direcionadas, principalmente à comunicação, devem explorar tal comportamento, utilizando fontes com alto grau de credibilidade.

Quanto ao grupo 2 (com 135 respondentes, há predominância de consumidores da cidade do Rio de Janeiro - 48,1%), os consumidores não demonstraram alterar sua decisão de compra em função da influência de terceiros. Com relação à percepção do consumidor a respeito do café e a influência dos fatores comportamentais sobre seu comportamento ou decisão de compra, pode-se verificar que ela está mais relacionada com os aspectos psicológicos positivos que envolvem o produto.

### **Conclusões**

Com base nos dados aqui obtidos, pôde-se traçar o perfil do consumidor de café, dessa amostra que pode ser assim definido: em sua maioria do sexo feminino, casados, com idade entre 20 e 40 anos, pertencentes, grande parte, à classe social "B", e que tem como escolaridade, predominantemente, o ensino médio.

A impressão associada aos aspectos positivos do café constatada junto aos consumidores pode ser assim relatada: uma bebida saborosa, estimulante e que não é considerada uma bebida para pessoas mais velhas. O único aspecto negativo associado ao produto e que fora por eles invocado relaciona-se com o vício resultante do uso. O fato do consumidor perceber e confirmar, mais aspectos positivos do que negativos com relação ao produto e, principalmente, revelar que o café é uma bebida saborosa, gera oportunidades para implementação de estratégias mercadológicas, objetivando não só o aumento do consumo, mas a geração de uma imagem forte, pois resultados positivos de percepções possibilitam estimular a demanda, criar preferências e desenvolver a aprendizagem com relação ao produto.

Identificou-se a existência de uma relação direta entre pessoas de mais idade e a percepção do consumidor de que o café é uma bebida saborosa, o que nos leva à conclusão de que as pessoas mudam seus hábitos e preferências ao longo da vida, gerando, então, uma possibilidade de, a partir de certa idade, tornarem-se consumidores do produto senão pelo hábito desenvolvido na família, pela inserção no ambiente de trabalho.

Com relação aos aspectos envolvendo a aprendizagem e o desenvolvimento do hábito de tomar café, os dados obtidos revelaram a importância da família na formação e condicionamento dos hábitos alimentares ou então a influência do ambiente de trabalho.

Os resultados indicam que o café ainda é, preferencialmente, consumido na primeira refeição dos compradores/consumidores.

Também que a influência pessoal, de terceiros ou grupos que integra o consumidor, pode representar um papel importante no comportamento e na tomada de decisão de compra do mesmo, principalmente, no que se refere à mudança de atitude a partir de novas informações.

O aspecto cultural manifestou-se presente no comportamento do consumidor através da tradição nos padrões de comportamento do dia-a-dia, onde se mantém o hábito de tomar café ao receber ou fazer visitas, demonstrando-se ser esse um comportamento aprendido e transmissível por meio de um processo de socialização que tem suporte na base familiar de cada um, o que, indiscutivelmente, dá uma conotação de função social e cultural ao produto.

## **PERFORMANCE DE ACARICIDAS NO CONTROLE DO ÁCARO-VERMELHO EM CAFÉ CONILON DE RONDÔNIA**

J. N. M. Costa<sup>1</sup>, C. A. D. Teixeira<sup>1</sup>, A. Garcia<sup>2</sup>, M. S. de Souza<sup>2</sup>, F. de C. Gama<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pesquisador Embrapa Rondônia, jnilton@cpafro.embrapa.br; <sup>2</sup>Bolsista CNPq/Embrapa Rondônia.

O café é um dos principais produtos agrícolas de Rondônia. Apesar do grande potencial produtivo do café Conilon no estado, as pragas têm sido um dos principais problemas a afetar a produtividade das lavouras. Nesse contexto, o ácaro vermelho, *Oligonychus ilicis* (Mc Gregor, 1919) (Acari: Tetranychidae) é uma das pragas mais importantes. Esse aracnídeo ataca a superfície superior das folhas e alimenta-se do seu conteúdo celular, causando intenso bronzeamento, perda da capacidade fotossintética, e prematura abscisão foliar.

O objetivo deste trabalho foi determinar a eficiência de alguns acaricidas, como também estratégias no controle da ácaro-vermelho nas condições de Rondônia. As variações em relação a número e alternância de aplicação, e associação de ingredientes ativos, objetivaram detectar possíveis vantagens relativas.

O experimento foi conduzido no município de Machadinho d'Oeste, RO, no período de julho a setembro de 2003, em lavoura de café Conilon com 4 anos de idade e espaçamento 4,0m x 1,5m. Utilizou-se o delineamento em

blocos casualizados, com 6 tratamentos e 4 repetições. Cada parcela constou de 21 plantas, 7 por fileira e as 5 úteis da fileira central. Os tratamentos foram os seguintes 1. Propargite - 360 g i.a/ha; em apenas uma aplicação 2. a) Propargite – uma aplicação 360 g i.a/ha; b) Kumulus (Enxofre) 1000 g i.a/ha, uma aplicação 15 dias após aplicado Propargite, 3. Triazophos - 120 g i.a/ha; 4. Triazophos + Deltamethrin - 87,5/2,5 g i.a/ha; 5. Ethion - 500 g i.a/ha; 6. Testemunha. Foram efetuadas duas aplicações dos produtos, com intervalo de 15 dias, exceto nos tratamentos 1 e 2, conforme observação contida na descrição dos tratamentos.

As avaliações foram efetuadas antes da aplicação dos produtos e aos 7, 15 (antes da segunda aplicação), 30 e 45 dias, contados a partir da primeira aplicação. Consistiu da retirada de 2 folhas de cada quadrante da planta, pertencentes ao 3º ou 4º par, no terço médio de cada cafeeiro, formando uma amostra de 8 folhas/planta e 40 folhas/parcela. Em seguida procedia-se a contagem de todos os ácaros-vermelhos presentes no material coletado. Os dados foram submetidos à análise de variância, sendo as médias, contrastadas pelo teste de Tukey ( $p < 0,05$ ). Os dados foram transformados em  $\sqrt{x+1}$ . A porcentagem de eficiência dos acaricidas foi calculada pela fórmula de Abbott.

## Resultados e Conclusões

Conforme observa-se na Tabela 1, todos os acaricidas reduziram significativamente a população de ácaros-vermelhos, diferindo-se igualmente da testemunha.

Observou-se em todas as avaliações realizadas, que os acaricidas Propargite em aplicação única ou alternada com Enxofre, e Triazophos aplicado isoladamente ou associado a Deltamethrin não diferiram do acaricida padrão Ethion em relação a variável número de ácaros vivos, como também se situaram em níveis próximos de eficiência, sendo que não o ultrapassaram. Os produtos apresentaram boa eficiência, em todos os casos superior a 88%. A opção entre um ou outro pode ser feita analisando-se o custo/benefício, considerando-se fatores como número de aplicações e toxicidade.

Tabela 1. Número de ácaros-vermelhos vivos por parcela (NAP), conforme avaliação prévia e em dias após a primeira aplicação (DAP) e porcentagem de eficiência (% E). Machadinho do Oeste - RO, 2003<sup>(1)</sup>.

Tratamento	Dosagem/l a		I révia			15 DAP		45 DAP	
	r il/g p.c.	g i.a	l AP	N/ P	%E	l AP	%E	l AP	%E
1. Propargite	500	360	5,47	1,72 b	95	1,35 b	99	3,95 b	94
2. a) Propargite - 1ª aplicação	500	360							
3. Triazophos	300	120	6,72	2,04 b	91	2,70 b	93	4,56 b	92
4. Triazophos + Deltamethrin)	250	87,5	5,53	1,73	95	1,97 b	97	4,69 b	92
5. Ethion	1000	500	5,19	1,35 b	98	1,80 b	97	1,98 b	99
6. Testemunha			6,27	6,11 a	-	9,49 a	-	16,21 a	-
C.V (%)			21,16	<b>58,67</b>		<b>45,73</b>		<b>49,55</b>	

<sup>1</sup>Médias seguidas de mesma letra, nas colunas, não diferem entre si pelo teste de Tukey a 5% de probabilidade. Os dados foram transformados em  $\sqrt{x+1}$ . Porcentagem de eficiência, calculada pela fórmula de Abbott.

## PROGRAMAÇÃO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO NA AGÊNCIA PAULISTA DE TECNOLOGIA DOS AGRONEGÓCIOS FRENTE AOS DESAFIOS DA COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA DO CAFÉ NO ESTADO DE SÃO PAULO

Flávia Maria de Mello Bliska<sup>1</sup> bliska@iac.sp.gov.br, Luiz Carlos Fazuoli<sup>2,3</sup> fazuoli@iac.sp.gov.br, Oliveira Guerreiro Filho<sup>2,1</sup> oliveiro@iac.sp.gov.br, Maria Bernadete Silvarolla<sup>2</sup> bernadet@iac.sp.gov.br, Roberto Antônio Thomaziello<sup>2,1</sup> rthom@iac.sp.gov.br, Terezinha de Jesus Garcia Salva<sup>2</sup> tsalva@iac.sp.gov.br, Wallace Gonçalves<sup>2</sup> wallace@iac.sp.gov.br.

<sup>1</sup> Centro de Análise e Pesquisa Tecnológica do Agronegócio do Café 'Alcides Carvalho' – IAC / APTA; <sup>2</sup> Bolsa de Produtividade do CNPq; <sup>3</sup> Bolsa do CBP&D - Café – Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café

O Centro de Pesquisa e Análise Tecnológica do Agronegócio do Café 'Alcides Carvalho', da Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios (APTA), tem por missão gerar, adaptar e transferir conhecimentos científicos e tecnológicos para sustentação e ampliação da competitividade daquela cadeia produtiva, com ênfase no agronegócio familiar, formular e executar políticas de pesquisa e desenvolvimento sustentável para diferentes realidades dessa cadeia de produção, promover o desenvolvimento do capital intelectual público e privado, e formular propostas de políticas de produção de insumos estratégicos e de prestação de serviços especializados, visando atender à demanda dos agentes daquela cadeia de produção.

Com o objetivo de avaliar as principais contribuições de P&D realizadas nas Unidades do Centro de Café e nas demais unidades da APTA voltadas às cadeias produtivas do café paulista e nacional, especialmente frente aos desafios da competitividade dessa cadeia produtiva no Estado de São Paulo, realizou-se um diagnóstico da cafeicultura paulista, o qual identificou os gargalos específicos de cada segmento da cadeia produtiva nesse Estado, fatores críticos ao desempenho da cadeia, os quais podem gerar impactos limitantes às suas vantagens comparativas de atuação. A coleta de informações baseou-se no levantamento de dados secundários (Método de Coleta e Sistematização de Informações Secundárias - MECASIS, AGROPOLOS, 1999), na realização de reuniões e entrevistas com pessoas chave da cadeia produtiva, de acordo com o Método Rápido (*Rapid Rural Appraisal* - RRA, TOWNSLEY, 1996) e nas demandas tecnológicas e não-tecnológicas das principais regiões produtoras do Estado, levantadas em cinco Encontros Regionais sobre a cultura do café no Estado de São Paulo – Votuporanga, Franca e Mococa, Garça e Adamantina – onde engenheiros agrônomos dos setores público e privado, cooperativas e outros agentes e empresas relacionados com a cadeia produtiva do café das respectivas regiões, trocaram informações com técnicos especializados em diversas áreas do conhecimento.

Simultaneamente realizou-se um levantamento dos estudos sobre café em desenvolvimento ou desenvolvidos no período 1994-2002 nas unidades da APTA parceiras do Centro de Café - Instituto Agrônomo, Instituto Biológico, Instituto de Economia Agrícola e Instituto de Tecnologia de Alimentos – assim como de outras atividades que foram ou estão sendo desenvolvidas por aquelas unidades para a cadeia produtiva do café, tais como