

FUCAPE FUNDAÇÃO DE PESQUISA E ENSINO

ADRIANA MARIA ALMENARA ZAMBON DE VASCONCELLOS

**VINHO ORGÂNICO IMPORTADO:
brasileiros consumiriam mais, pagando um preço premium,
maior fosse à disponibilidade?**

**VITÓRIA
2020**

ADRIANA MARIA ALMENARA ZAMBON DE VASCONCELLOS

**VINHO ORGÂNICO IMPORTADO:
brasileiros consumiriam mais, pagando um preço premium,
maior fosse à disponibilidade?**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração – Nível Profissionalizante.

Orientador: Prof. Dr. Poliano da Cruz Bastos.

**VITÓRIA
2020**

ADRIANA MARIA ALMENARA ZAMBON DE VASCONCELLOS

**VINHO ORGÂNICO IMPORTADO:
brasileiros consumiriam mais, pagando um preço premium,
maior fosse à disponibilidade?**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em 24 de setembro de 2020.

COMISSÃO EXAMINADORA

Profº Dr.: POLIANO DA CRUZ BASTOS.
Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino

Profº Dr.: LUIZ ANTONIO SLONGO.
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Profª Drª.: DANIELA CALLEGARO DE MENEZES.
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

RESUMO

Considerando o aumento do interesse dos consumidores por alimentos e bebidas que não agredam à saúde ou ao meio ambiente. Essa mudança no comportamento dos consumidores vem resultando no crescimento do consumo de produtos orgânicos no mercado global nas últimas duas décadas que apontou índices mais elevados do que os convencionais. O objetivo dessa pesquisa foi verificar o papel mediador da vontade de pagar preço premium na relação entre consciência saudável e social com a intenção de compra de vinhos orgânicos importados em um país emergente, onde a origem do vinho é um elemento relevante para inferência de qualidade. Verificou-se ainda, o papel mediador da disponibilidade percebida na relação entre a vontade de pagar preço premium e a intenção de compra. Apesar de terem sido desenvolvidas várias pesquisas sobre o consumo de vinhos orgânicos em vários países, nenhuma, investigou o comportamento do consumidor brasileiro sob os influenciadores da intenção de compra de vinhos orgânicos importados, especificamente, que tenha verificado o efeito mediador da disponibilidade percebida na intenção de compra. Essa pesquisa foi baseada na teoria do comportamento dos consumidores. Para alcançar o objetivo desse trabalho, os dados foram coletados por meio de questionário eletrônico divulgado via Internet junto a consumidores de vinhos que consomem produtos orgânicos. Foi empregada a técnica de Modelagem de Equações Estruturais por Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM). Os resultados mostraram que a disponibilidade de vinhos orgânicos importados, tanto isoladamente, como via vontade de pagar preço premium, pode aumentar o consumo de vinhos orgânicos importados no Brasil. Desse modo, espera-se que as revelações dessa pesquisa venham contribuir com profissionais de marketing, importadores, distribuidores e tradings no planejamento estratégico de compras e distribuição de vinhos orgânicos importados.

Palavras-chave: Vinho; Orgânico; Preço Premium; Disponibilidade percebida.

ABSTRACT

Considering the increased interest of consumers in food and beverages that do not harm health or the environment. This change in consumer's behavior has resulted in a growth in the consumption of organic products in the global market over the past two decades, which has shown higher rates than conventional ones. The aim of this research was to verify the mediating role of the willingness to pay a premium price in the relationship between healthy and social awareness with the intention of buying imported organic wines in an emerging country, where the origin of the wine is a relevant element for quality inference. And yet, the mediating role of perceived availability in the relationship between the willingness to pay a premium price and the purchase intention was also verified. Although several researches have been carried out on the consumption of organic wines in several countries, none has investigated the behavior of Brazilian consumers under the influence of the purchase intention of imported organic wines, specifically, which has verified the mediating effect of the perceived availability in the purchase intention. This research was based on the theory of consumer behavior. To achieve the objective of this work, data were collected through an electronic questionnaire released via the Internet to wine's consumers that consume organic products. The technique of Structural Equation Modeling by Partial Least Squares (PLS-SEM) was used. The results showed that the availability of imported organic wines, both isolated and via willingness to pay premium prices, may increase the consumption of imported organic wines in Brazil. Thus, it is expected that the findings of this research will contribute with marketing professionals, importers, distributors and tradings in the strategic planning of purchases and distribution of imported organic wines.

Keywords: Wine; Organic; Premium Price; Perceived Availability.