

Perfil do consumidor da carne bovina na cidade de Porto Alegre – RS: Importância dos atributos da carne bovina no momento da compra.

Daniel Chamorro Darde, Jennifer Luzardo Teixeira, João Batista Gonçalves Júnior, Julio Otávio Jardim Barcellos, Concepta McManus, Carlos Henrique Pagno

Cada vez mais o comportamento do consumidor diante da compra vem sendo motivo de estudo, sendo este o principal foco da cadeia produtiva da carne. Assim, a pesquisa e a observação dos novos hábitos dos consumidores e os atributos dos produtos escolhidos são questões importantes para o entendimento do hábito de consumir carne pelos porto-alegrenses. O objetivo deste trabalho foi identificar os diferentes atributos da carne preferidos pelos consumidores no momento da compra. Para a pesquisa foram aplicados 289 questionários nos principais parques de Porto Alegre – RS, sendo estes divididos em duas partes: a primeira buscava identificar a importância dos diferentes atributos da carne pelos consumidores no momento da compra e a segunda parte era destinada a caracterização socioeconômica do entrevistado. Atributos de caráter obrigatório tais como validade, informações do produto, local de exposição, inspeção sanitária e preço foram apontados como importantes pela maioria das pessoas. Já as características visuais da carne - nas quais se situam a aparência, cor, quantidade de gordura e embalagem do produto - foram descritas como mais importantes por pessoas, em sua maioria, de classe média a baixa e de baixo nível de escolaridade. Em relação aos fatores sensoriais da carne descritos por maciez, odor, sabor e suculência percebe-se uma distribuição de preferência destes atributos por pessoas de todos os níveis de renda e escolaridade, tendendo a um aumento da preferência à medida que aumenta o nível de renda e escolaridade dos consumidores. Quanto aos valores agregados ao produto carne como certificação, conveniência, marca e origem ficou demonstrada que consumidores de renda mais alta e com maior nível de escolaridade dão maior preferência a estes fatores. A renda foi o fator que mais influenciou os consumidores na importância dos atributos a serem escolhidos. O sexo e o nível de instrução tiveram influência no grau de importância em atributos específicos de cada grupo de atributos.