

## **Atitude do consumidor de carnes em relação à compra, preparo e segurança do alimento no Brasil.**

Ana P. L. M. Costa; Renata T. Nassu; Marcela M. B. Vinholis; Waldomiro B. Júnior; Cíntia A. M. Pereira

As pesquisas que abordam o comportamento do consumidor fazem uso das informações referentes à produção, abastecimento e dados sobre as compras dos alimentos para identificarem as práticas alimentares. Assim, o interesse das pesquisas de comportamento do consumidor recai principalmente sobre a análise empírica de como ocorre o processo de compra e quais são os fatores que afetam os consumidores. Este trabalho teve com o objetivo investigar a atitude do consumidor de carne no Brasil em relação à compra, preparo e segurança do alimento e o seu perfil socioeconômico. Foi utilizado um questionário de 45 questões estruturado em três blocos: (i) aspectos de consumo de carnes em geral; (ii) aspectos somente de carne bovina, e: (iii) questões referentes aos dados socio-demográficos dos respondentes. O número total de questionários aplicados foi de 634, sendo que 402 foram utilizados como amostras válidas por estarem completos. A participação na pesquisa e resposta ao questionário foi voluntária. Os questionários foram enviados para e-mails pessoais bem como foi utilizada rede social para divulgação abrangendo todas as regiões do Brasil, 20 estados. Para verificar a associação entre os dados socio-demográficos com as preferências do consumidor de carne, foram selecionadas as seguintes variáveis do questionário socioeconômico: idade, nível de instrução, região de nascimento, região de residência, renda e sexo. Foram obtidas as respostas e os dados foram organizados em tabelas de contingência, aplicando-se o teste de Qui-quadrado. Dos respondentes, a maioria dos respondentes eram do sexo feminino (59%) e com nível superior (87%), na faixa etária de 41 a 50 anos (25%) seguido de 21 a 30 anos (23%), residentes da região Sudeste (42%) e com renda familiar de 10 a 20 salários mínimos (35%). Em relação ao consumo de diferentes tipos de carne, o frango e a carne bovina são os tipos de carne mais consumidos (52 e 59% respectivamente) em média de 2 a 3 vezes por semana supermercado/hipermercado é o local em que 72% dos consumidores costumam comprar a carne, e na hora da compra 85% dos consumidores acham que o mais importante é a qualidade da carne e 15% o preço. Observou-se que a idade, nível de instrução, região de residência e renda não influenciaram nas respostas relacionadas a atributos de importância na hora de comprar a carne (preço x qualidade). Na percepção de gordura x aumento de suculência, maciez, sabor e valor nutricional, bem como no modo de produção (orgânico, com bem estar animal, criados soltos ou de forma intensiva, livres de hormônios ou antibióticos) foram observadas diferentes respostas de acordo com nível de instrução, renda, idade, região de residência dependendo do atributo estudado, o mesmo ocorrendo em relação à práticas de segurança de alimentos.

Palavras-chaves: consumidor, qualidade, carne.