**Observar a qualidade nutricional favorece a percepção sobre alimentos funcionais no momento da compra**

Giovana F. Safraid1\*, Cristine Z. Castanho1, Roseana M. Dantas1, Ângela G. Batista1.

1Universidade Federal de Santa Maria, Palmeira das Missões/RS, Brasil.

\*Acadêmica – g.safraid@gmail.com.br

Estudos mostram que o consumo de alimentos funcionais (AF) pela população sofre influência de fatores sociodemográficos, de estilo de vida e de qualidade de alimentos. O objetivo deste trabalho foi avaliar os fatores que influenciam na decisão de compra dos alimentos pela população adulta e a sua associação com a percepção do consumo de alimentos funcionais. A amostra foi composta por consumidores selecionados aleatoriamente em locais públicos em duas cidades do Rio Grande do Sul que assinaram o termo de consentimento livre e esclarecido aprovado por comitê de ética (CEP-UFSM). Estes responderam a um questionário de avaliação da percepção sobre AF (QAPAF) com escala de 1 a 5, e perguntas relacionadas a aspectos socioeconômicos e de influência na compra de alimentos (marca do produto, preço do produto, qualidade nutricional, sabor do alimento, praticidade e outros). Dentre os 522 participantes deste estudo (n=272 para adultos jovens e n=250 para adultos de meia-idade), 56% eram do sexo feminino, a escolaridade predominante foi de “ensino superior incompleto” (38%) e renda de 2 a 4 salários (30%). Com relação ao QAPAF, 78% dos consumidores obtiveram um escore favorável ao consumo de AF (quando média superior a 3,5). Quanto a quesitos que influenciam no momento da compra, identificou-se que ambos os grupos etários tendem a escolher seus alimentos prezando, principalmente, pelo preço do produto (66% no total, 37% nos adultos jovens e 29% dos adultos de meia idade) seguido do sabor do alimento (58% no total, 29% em ambos os grupos etários). O preço do produto apareceu como mais relevante para os adultos jovens, assim como a praticidade, quesito que não foi tão importante para os adultos de meia idade (21% no total, 15% nos adultos jovens e 7% dos adultos de meia idade). A marca do produto ganhou destaque nos adultos mais velhos (37% no total, 16% nos adultos jovens e 20% dos adultos de meia idade). A qualidade nutricional foi o terceiro quesito mais valorizado pelos consumidores e apresentou valores semelhantes entre os grupos (51% do total, 25% nos adultos jovens e 26% dos adultos de meia idade). Este também foi o quesito que mostrou associação significativa com um escore favorável no QAPAF (p<0,001, chi-quadrado). De forma geral, o preço do produto, sabor e qualidade nutricional do alimento foram os fatores que mais influenciaram a compra dos alimentos. Quando comparado ao adulto de meia-idade, o adulto jovem se diferenciou por considerar mais preço e praticidade, e o adulto de meia idade, a marca do produto como fatores importantes de decisão de compra. O fato de considerar a qualidade nutricional como quesito importante na decisão de compra faz com que os jovens tenham atitudes mais favoráveis em relação aos AF do que os de meia-idade. Considerando os benefícios dos AF para a saúde, é interessante considerar intervenções sobre a qualidade nutricional dos alimentos funcionais para a inserção eficaz desse tipo de alimento no hábito alimentar dos adultos de meia-idade.

**Palavras-chave**: Alimentos funcionais, decisão de compra, consumidor

Agradecimentos: Projeto apoiado pelo programa FIPE Jr / UFSM-PM.