

## ATRIBUTOS UTILITÁRIOS QUE AFETAM A DECISÃO DE COMPRA DO CAFÉ EM PÓ: UMA INVESTIGAÇÃO NO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO

Nome: GUILHERME BRAGA ABREU PIRES NETO

Banca examinadora: Prof. Dr. José Roberto Ribas (presidente e orientador); Prof<sup>a</sup> Irene Raquenet Troccoli; Prof<sup>a</sup>. Dra. Hélène Bertrand.

### RESUMO

Este trabalho teve como objetivo determinar os atributos de preferência do consumidor na compra de café em pó, além de descrever comportamento de compra do consumidor sob a ótica econômica, descrever hábitos de consumo do consumidor, descrever e analisar a pesquisa realizada pela TNS INTERSCIENCE e patrocinada através de um convênio da Associação Brasileira da Indústria de Café e o Ministério da Agricultura sobre Tendência de Consumo de Café, e verificar quais são os principais atributos para compra de café pelo consumidor. Na introdução, foi feita uma apresentação geral, visando a situar o leitor em relação ao assunto a ser estudado, mostrar o problema identificado, a forma de análise e, finalmente, um resumo dos objetivos. A seguir, foi feita a revisão da literatura selecionada, abordando assuntos como comportamento de compra do consumidor, formação dos hábitos de consumo, aprendizagem e percepção, estilo de vida, influência do grupo de referência, envolvimento, importância do processo de decisão e teoria de cadeias meio fim de valores. Esta revisão forneceu suporte no qual está fundamentado o trabalho. A metodologia utilizada enquadrou-se no nível de estudos descritivos de caráter qualitativo e quantitativo. Finalizando, na conclusão são tecidas considerações gerais e específicas do trabalho no que concerne aos aspectos que determinam à escolha do consumidor na compra de café em pó e as quantidades de atributos que este irá adquirir.