

As experiências de consumo buscadas por clientes de food trucks – integrados a eventos – em Porto Alegre e Canoas

Wine Dandara Mesquita de Medeiros, Luciana Sauer Fontana (Orientadora)

Afiliação: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul –
Campus Porto Alegre

winedandara@hotmail.com, luciana.fontana@poa.ifrs.edu.br

O presente estudo foi desenvolvido no âmbito de um trabalho de conclusão do curso de Tecnólogo em Processos Gerenciais. O trabalho objetivou investigar as experiências de consumo alimentar (e outras mais) buscadas por consumidores de serviços de *food trucks* integrados a eventos realizados em Porto Alegre e Canoas, no segundo semestre de 2018. Pretendeu-se, ainda, identificar as possíveis tendências na oferta de serviços de *food trucks* nesta capital e em seu entorno. Como referencial, foram adotados os conceitos de experiência de consumo e comportamento do consumidor, acrescidos de estudos sobre “comida de rua”. Tal articulação objetivou estabelecer nexos para pensar novos modos de se alimentar (e de se entreter) nesses restaurantes itinerantes sobre rodas conhecidos como *food trucks*. A pesquisa é de caráter quantitativo, com destaque para os seguintes procedimentos metodológicos: a) acompanhamento da agenda de eventos disponível na página da Associação Porto-Alegrense de *Food Trucks*, em redes sociais, jornais e outros meios de comunicação durante os anos de 2017 e 2018; b) observação *in loco* dos eventos; c) elaboração e aplicação presencial de entrevistas previamente estruturadas aos clientes dos *food trucks*; d) análise dos dados coletados em campo e posterior divulgação. Ao término da pesquisa, a análise dos questionários indica que, diferentemente de outras modalidades de consumo, essa se caracteriza por ser uma experiência de consumo coletiva (basicamente familiar/amigos) que busca agregar o lazer e a infraestrutura ao consumo de alimentos de estilo *fast food*. Os tradicionais hambúrgueres e afins ainda representam a grande preferência alimentar do público, com 54%; na sequência, os doces (crepes/churros/ outros doces) perfazem 15%; já as carnes diversas e churrasquinho representam apenas 7%. Em relação à proposição de incremento do cardápio, as comidas “mais *gourmetizadas*” estão entre as experiências de consumo mais almejadas pelos consumidores e representam 41% de suas preferências alimentares, seguidas pelas associadas à saudabilidade e ao universo *fit* (de um modo geral). Os dados permitem inferir que os entrevistados se mostraram bem receptivos a essa experiência de consumo, que mescla alimentação e ambientação natural (ar livre), demonstrando interesse em permanecer no local além do tempo necessário à alimentação. O conjunto das respostas permite indicar que o preço não é uma variável importante para o público entrevistado. Já a diversificação dos alimentos, a oferta de atividades relacionadas ao entretenimento/lazer (para família/amigos/pets) e a necessidade de melhor infraestrutura evidenciaram ser as experiências de consumo mais buscadas pelos entrevistados. Por fim, pretendeu-se contribuir com estudos sobre *food trucks*, experiências de consumo e “comida de rua”. Mais ainda, pretendeu-se subsidiar gestores que tiverem interesse em investir nesse segmento, que, até o momento de realização deste estudo, se caracterizou como promissor.

Palavras-chave. Experiência de consumo; Food Truck; Comportamento do consumidor.