



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ-IFPI.
CAMPUS URUÇUI
CURSO ESPECIALIZAÇÃO EM AGRONEGÓCIO**

CLAUDIANA BARROS BORGES

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE BOVINA NO MUNICÍPIO DE URUÇUI /PI

**URUÇUI-PI
2017**

CLAUDIANA BARROS BORGES

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE BOVINA NO MUNICÍPIO DE URUÇUÍ /PI

Monografia apresentada no Curso de Especialização em Agronegócio como um dos requisitos para obtenção do título de especialista em Agronegócio pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus de Uruçuí.

Orientador: Prof. Dr. José Maurício Maciel Cavalcante

Uruçuí
2017

FICHA CATALOGRÁFICA

Serviço de Processamento Técnico da Biblioteca – Campus Uruçuí do IFPI
Biblioteca Professora Joalba Mendes Pereira

B732p Borges, Claudiana Barros

Perfil do consumidor de carne bovina no município de Uruçuí - PI/ Claudiana Barros Borges. – 2017.
23 f. il.

Monografia - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Pró- Reitoria de Ensino, Curso de Especialização em Gestão do Agronegócio. Uruçuí, 2017.

Orientação: Dr. José Maurício Maciel Cavalcante

1. Consumidor – comportamento 2. Bovinocultura 3.
Agronegócio – Uruçuí - PI I. Cavalcante, José Maurício Maciel

II. Título.

CDD 338.1

Bibliotecária: Aldeide Costa dos Santos Sousa CRB-3/1423

CLAUDIANA BARROS BORGES

Perfil do consumidor de carne bovina no município de Uruçuí

Monografia apresentada no Curso de Especialização em Agronegócio como um dos requisitos para obtenção do título de especialista em Agronegócio pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, campus de Uruçuí.

Data da aprovação ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Maurício Maciel Cavalcante
Professor Orientador
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Dr. Genilson Bezerra de Carvalho
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Ms. Jovan Marques Lara Junior
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE BOVINA NO MUNICÍPIO DE URUÇUÍ

¹ Claudiana Barros Borges

² José Mauricio Marciel Cavalcante

RESUMO

Foi analisado o consumo de diferentes variedades de carnes e cortes bovinos, a quantidade, a frequência de consumo e o local de compra. O presente estudo objetivou analisar o perfil e a preferência do consumidor de carne bovina na cidade de Uruçuí – PI. A técnica utilizada foi estudo bibliográfico e pesquisa de campo realizada através de visitas aos locais de venda de carne no município e aplicação de um questionário junto aos moradores. Verificou-se que as famílias uruçuienses têm preferência por carne bovina. O trabalho foi realizado no período de 21/11 a 06/12 de 2016 na cidade de Uruçuí-PI, com pessoas residentes nos bairros, Aeroporto; Água Branca; Centro e Malvinas, através de entrevista direta, abordando um questionário anteriormente elaborado, o qual continha 13 questões. A amostra foi composta por 60 entrevistados escolhidos aleatoriamente, sendo 15 pessoas para cada bairro. O estudo se pautou na abordagem qualitativo-quantitativa e foi desenvolvido por meio de uma pesquisa exploratório-explicativa. A pesquisa demonstrou que o consumo em média é de duas a três vezes por semana; O consumidor compra carne em açougues; o corte mais consumido foi a costela; a quantidade comprada semanalmente pela maioria das famílias é de dois a cinco quilos. A aparência e higiene do local influencia o cliente na hora da compra. Os entrevistados consideram importante a aparência do produto. Muitos dos entrevistados embora consumam carne bovina quase que diariamente concordam que ela é prejudicial à saúde, que é alimento caro, gorduroso, porém, muito nutritivo.

Palavras-chave: Consumidor. Bovinocultura. Agronegócio.

¹ Especialista em Gestão do Agronegócio pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí.

² Professor Doutor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Uruçuí.

ABSTRACT

The consumption of different varieties of beef and beef cuts, the quantity, the frequency of consumption and the place of purchase were analyzed. The present study aimed to analyze the profile and preference of beef consumers in the city of Uruçuí - PI. The technique used was a bibliographical study and field research carried out through visits to the meat sales sites in the municipality and the application of a questionnaire to the residents. It was verified that the Uruçuienses families have preference for bovine meat. The study was carried out in the city of Uruçuí-PI, from November 21 to December 6, 2016, with people living in the neighborhoods, Airport; White water; Center and Malvinas, through a direct interview, addressing a previously elaborated questionnaire, which contained 13 questions. The sample consisted of 60 randomly chosen interviewees, with 15 people in each neighborhood. The study was based on the qualitative-quantitative approach and was developed through exploratory-explanatory research. Research has shown that consumption on average is two to three times per week; The consumer buys meat in butchers; the most consumed cut went to the rib; the amount purchased weekly by most families is two to five pounds. The appearance and hygiene of the place influences the customer at the time of purchase. Respondents consider important, product appearance. Many of the respondents although consuming beef almost daily agree that it is harmful to health, which is expensive food, greasy, but very nutritious.

Keywords: Consumer. Bovinocultura. Agribusiness.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	06
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	07
2.1 O comportamento consumidor.....	07
2.2 A carne bovina no mundo contexto mundial.....	07
2.3 Mercado da carne bovina no Brasil.....	09
3. OBJETIVOS.....	11
4. MATERIAIS E MÉTODOS.....	12
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	14
5.1 Caracterização dos entrevistados.....	14
5.2 Análise dos Dados.....	15
6. CONCLUSÕES.....	22
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	23
ANEXOS.....	26
APÊNDICE- Modelo do Questionário Aplicado.....	28

1. INTRODUÇÃO

O setor do agronegócio contribui com cerca de 21% na formação do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, sendo que a pecuária contribuiu com 400 milhões de reais no ano de 2015 (CEPEA, 2016), confirmando a relevância sócio econômica da cadeia agroindustrial da carne bovina. O Brasil é um dos grandes produtores e consumidores de proteína animal, e apesar da importância das exportações, o mercado interno ainda é o principal destino da sua produção. Em 2014, o país produziu 10 milhões de toneladas de equivalentes de carcaça bovina e cerca de 80% desse total foi consumida pelo mercado doméstico (ABIEC, 2014), evidenciando a importância de uma análise do consumidor final.

A carne vermelha foi inserida na alimentação do homem desde o início da evolução da espécie humana com a domesticação de rebanhos bovinos (BERTOLAMI, 2005). Por isso, ter conhecimentos referentes às preferências e comportamentos dos consumidores de produtos alimentícios, vem desenvolvendo várias maneiras de avaliar e interpretar resultados nas muitas áreas de estudo, inclusive com relação ao valor nutricional da carne vermelha (BRISOLA; CASTRO, 2005). Desde que foi observado que o consumo de gordura saturada pode favorecer o surgimento de doenças cardiovasculares, seu consumo passou a ser discutido (BRASIL, 2008; BERTOLAMI, 2005) e analisado por inúmeros pesquisadores e apreciadores deste alimento.

Costa e Brisola, (2005) afirmam que o público consumidor de carne no Brasil é influenciado por diversos fatores tais como: a aparência do local de compra, qualidade do produto e higiene do local onde está sendo comercializado são informações determinantes para realização da compra.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 O comportamento do consumidor

Solomon (2002) explica o comportamento consumidor como a análise dos processos envolvidos, em um povo, na maneira como escolhem, compram, utilizam os produtos, serviços, experiências ou ideias com o propósito de atender necessidades ou anseios.

O ato de comprar requer ver o produto, tocá-lo, experimentar, pesquisar preços, para só então decidir comprar. Para que isso aconteça o produto tem que ser visualizado pelas pessoas que desejam obtê-lo, por isso a forma como é apresentado é fundamental para assegurar a venda. Pesquisas indicam que cerca de 20% dos produtos colocados a venda em supermercados não é visto pelos clientes. (SERAGINI; CARVALHO, 2001).

GARBER JR. *et al.* (2002) afirmam que o consumidor se utiliza do sistema sensorial ou “de memória” para escolher o produto a ser comprado. E por meio deste também faz a decisão quanto a levar o produto, substituí-lo ou ver em outros locais que oferecem o que é almejado.

2.2. A carne bovina no contexto mundial

Com aumento da população foi necessário aumentar a produção de alimentos, e isso incluem a carne e seus derivados. O consumo de carne está relacionado à renda que as pessoas dispõem. (CARVALHO, 2011).

Pesquisas mostram que a carne suína é a mais consumida no mundo, seguida pela carne de frango e pela carne bovina (FAO, 2015). Na Tabela 1, observa-se o consumo de carne no cenário mundial atual e a estimativa até o ano de 2050, em toneladas.

Tabela 1 – Consumo Mundial de carnes e previsão até 2050

	Carnes total (mil ton.)	Bovina (mil ton.)	Suína (mil ton.)	Aves (mil ton.)	Ovina e caprina (mil ton.)	Outras (mil ton.)	População mundial (mil)
1990	180.171	55.649	69.867	41.001	9.667	3.987	5.279.519
2000	233.404	50.100	89.787	68.198	11.434	4.885	6.085.572
2010	290.639	64.887	109.216	97.972	13.004	5.560	6.842.923
2015	310.656	65.951	115.090	110.513	13.434	5.667	7.284.296
2020	337.341	69.089	123.740	124.961	13.974	5.577	7.656.528
2030	398.342	76.090	143.606	158.236	15.058	5.353	8.321.380
2040	456.759	82.811	160.842	191.756	16.248	5.091	8.874.041
2050	505.438	88.794	174.183	220.358	17.260	4.842	9.306.128

Fonte: adaptado BRANDÃO (2013)

Segundo dados do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos - USDA, o país de maior consumo percapita de carne bovina no mundo é o Uruguai, com 194,0 (mil ton), seguido da Argentina, (2.390,0 mil ton.), Hong Kong com (381,0 mil ton.) Esses 3 países apresentam um consumo médio superior a 50 kg por habitante ao ano.

Os Estados Unidos são o quarto país dessa lista, com (11.664,1 mil ton.) enquanto o Brasil é o quinto, (7.499,1 mil ton.) com consumo percapita de carne bovina bem próximo dos norte-americanos.

Podemos observar pelos dados acima que Estados Unidos, Brasil e Argentina, esses 3 países juntos consomem mais de 1/3 do que é consumido em todo planeta (cerca de 36% ou 21,5 milhões de toneladas de carne bovina).

2.3. Mercado da carne bovina no Brasil

A carne bovina é uma das mais apreciadas no dia a dia pelos brasileiros. Por ser de fácil acesso, saborosa, econômica e que pode ser usada em inúmeros pratos (BARCELLOS et al., 2012). As pesquisas mostram que a carne bovina é muito consumida no Brasil, e manteve-se entre 36 a 38/ kg/hab./ano nos anos de 2000 a 2010 e é esperado que o mercado cresça em virtude do aumento do número de habitantes (CARVALHO, 2011).

Dados do IBGE (2012) mostram que a carne bovina está entre os alimentos mais consumidos pelos brasileiros, ficando atrás apenas do feijão e arroz.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas-IBGE entrevista brasileiros a cada dez anos, fazendo registro das informações colhidas em banco de dados. Estes dados são primordiais para que se tenha conhecimento da realidade do país, para que de posse dessas informações, possam ser desenvolvidas políticas públicas voltadas à resolução de cada problema. O IBGE registra e publica com regularidade os dados da produção no Brasil. Os cálculos destes dados revelam o tamanho de mercado de vários produtos, inclusive cárneos.

Mesmo tendo a carne bovina vários benefícios para a saúde se for consumida de maneira correta, pois a mesma é rica em proteínas e outros nutrientes como vitaminas do complexo B e sais minerais. Fonte de Ferro, Zinco, Fósforo, Potássio, Magnésio e Selênio. Seu consumo excessivo não é recomendado, devido ao teor de gordura saturada existente principalmente em produtos de origem animal. Estudos comprovam que a gordura saturada facilmente se acumula nas paredes internas dos vasos sanguíneos, podendo causar inúmeros problemas de saúde, como: aumento de peso, alterações dos níveis do colesterol, doenças cardiovasculares etc. A Organização Mundial de Saúde e Ministério da Saúde, sugere que o consumo de uma porção diária de carne vermelha, seja substituído por carne de peixes, aves e ovos (BRASIL, 2008), por ser mais leve e possuir menor teor de gordura que a carne vermelha (bovina). Muitos são os motivos da preferência pela carne bovina, por exemplo, os costumes, facilidade de ser encontrada, por conter proteínas de alto valor biológico e micronutrientes essenciais para uma boa saúde. (BRASIL, 2008; CARDOSO, 2010).

Por isso, é preciso compreender o perfil do consumidor, uma vez que de posse desse conhecimento é possível analisar o entendimento da população relacionado à qualidade nutricional da carne bovina e seus derivados. Também indica a situação econômica das pessoas onde a carne bovina e seus derivados atua diretamente na renda das pessoas.

3. OBJETIVOS:

3.1 Geral:

O presente estudo teve por objetivo traçar o perfil do consumidor de carne bovina do município de Uruçuí.

3.2 Específicos:

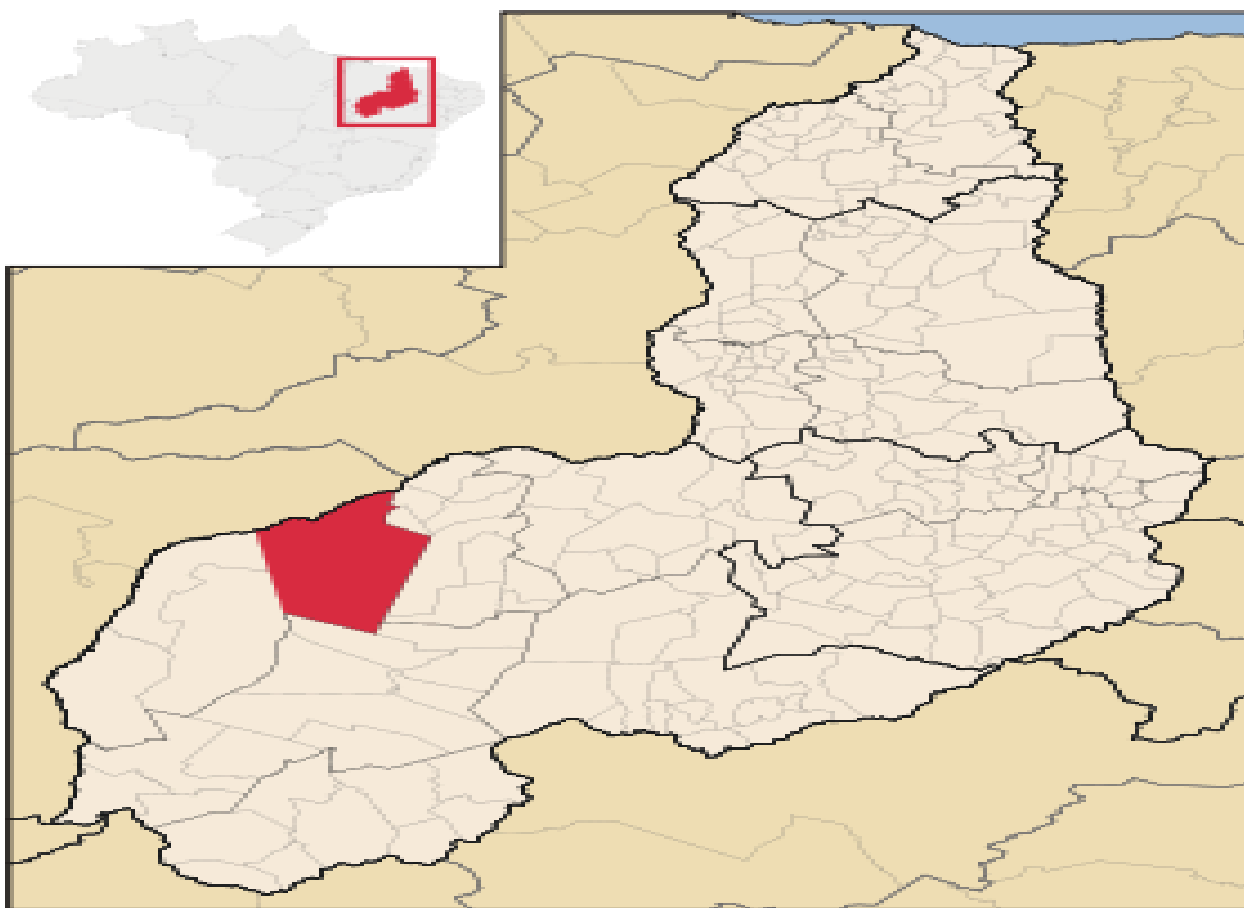
- a) Identificar os tipos de carnes e os cortes bovinos mais consumidos pelos entrevistados;
- b) Analisar o número de vezes em que os entrevistados consomem carne bovina;
- c) Identificar a quantidade de carne bovina comprada semanalmente.

4. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada na cidade de Uruçuí (Figura 2) localizado ao Sul do Estado do Piauí, distante 453 km da capital Teresina e considerada uma das últimas fronteiras agrícolas do país. De acordo com IBGE (2010) no último censo, foram registrados 20.149 habitantes, distribuídos numa área de 8.412km², com densidade demográfica de aproximadamente 2,4 hab/km² e Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,627 aproximadamente. Atualmente, o município é caracterizado como polo produtor de grãos, tendo como carro chefe a soja, o milho e o algodão. A cidade fica as margens do rio Parnaíba que divide os estados do Piauí e Maranhão (IBGE, 2010).

Figura 2: Localização do município de Uruçuí- PI.

Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Uruçuí>



O período de realização do estudo foi concentrado entre 21/11 e 06/12 de 2016 e se baseou em pesquisa qualitativa, pautada na documentação direta (observação e entrevista) e indireta (pesquisa bibliográfica). Inicialmente foi realizada pesquisa bibliográfica sobre o tema. Logo após foi feita a entrevista com a aplicação do questionário com 13 perguntas fechadas e abertas, aplicadas a 60 moradores de 04 bairros da cidade de Uruguí: Aeroporto; Água Branca; Malvinas e Centro. Foram realizadas entrevista com os proprietários de açougue, a pesquisa buscou analisar o perfil socioeconômico e preferências do consumidor: idade; grau de escolaridade e renda familiar; frequência e quantidade aproximada de consumo de carne bovina na família; corte cárneo adquirido com maior frequência; local de compra da carne bovina; quantidade de kg comprada durante a semana; o que influencia na compra; atributos da carne bovinos considerados importantes na hora da compra.

Após a pesquisa, coleta de dados e tabulação do questionário, os resultados obtidos serão quantificados em gráficos para demonstrar por amostragem.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Caracterizações dos entrevistados

A coleta de dados foi feita com 11 homens (18%) e 49 mulheres (82%). A idade média aproximada dos consumidores entrevistados mostrou uma frequência maior de pessoas entre 30 e 39 anos (40% dos respondentes). Os demais se distribuíram respectivamente nas seguintes faixas: entre 20 e 29 anos de idade (15%); entre 40 e 49 anos de idade (23%); entre 50 e 59 (20%) e acima de 60 anos de idade (somente 2% dos entrevistados). Com relação ao grau de instrução dos entrevistados, a pesquisa revelou uma maior concentração de pessoas com até o segundo grau (completo ou incompleto): 20 pessoas (ou 33% das respostas válidas). Os demais consumidores entrevistados se posicionaram nas seguintes faixas: 30% superior completo; somente 8% com pós-graduação; 18% médio completo; 17% superior incompleto; só 2% disse ser analfabeta. Os casados correspondem a 55%, enquanto os solteiros aparecem com 35%, os viúvos configuram 7% e os separados correspondem a 3% dos respondentes.

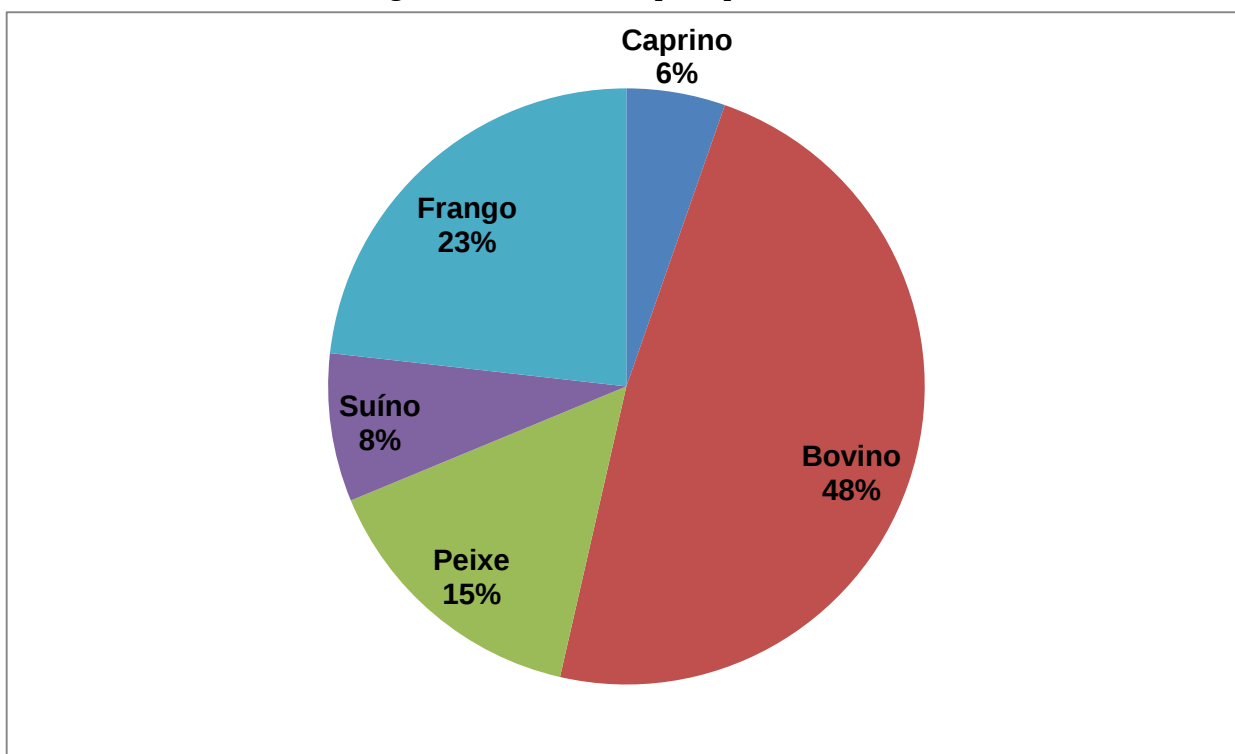
Com relação a renda familiar dos entrevistados destacou-se a classe que ganha até R\$ 1.000,00 que representou 43% dos respondentes, já os que possuem renda de R\$1.001, a R\$2.000 representam 37%. Os entrevistados com renda de R\$ 2001, a 3.000, somam 17% dos respondentes. As faixas salariais de R\$ 3001, a 5.000 somam apenas 3% dos entrevistados.

Os resultados foram obtidos através de questionários que teve início com perguntas pessoais indicando sexo, idade, grau de instrução, estado civil e renda. Os dados mostram que os entrevistados em sua maioria são mulheres, isso se deve ao fato do papel da mulher ter tido inúmeras modificações, seja na família, no mercado de trabalho, na educação dos filhos ou na vida conjugal, em alguns casos ela é a provedora do lar. A pesquisa revelou que a maioria dos respondentes possui até o segundo grau (completo ou incompleto), e menos de um terço concluiu um curso superior completo, mostrando que embora todos tenham conhecimento da necessidade e importância dos estudos, muitos ainda não chegam a concluir o ensino superior. Com relação a renda, destaca-se as pessoas que ganham até R\$ 1.000.

5. 2 Análises dos Dados

Verifica-se (Figura 3) que a carne bovina apresentou maior preferência de consumo e a carne de frango a segunda mais preferida, seguida pela carne de peixe. As carnes de caprinos e suínos foram às menos citadas entre as opções como preferida pelos entrevistados.

Figura 3 – Preferência por tipos de carne



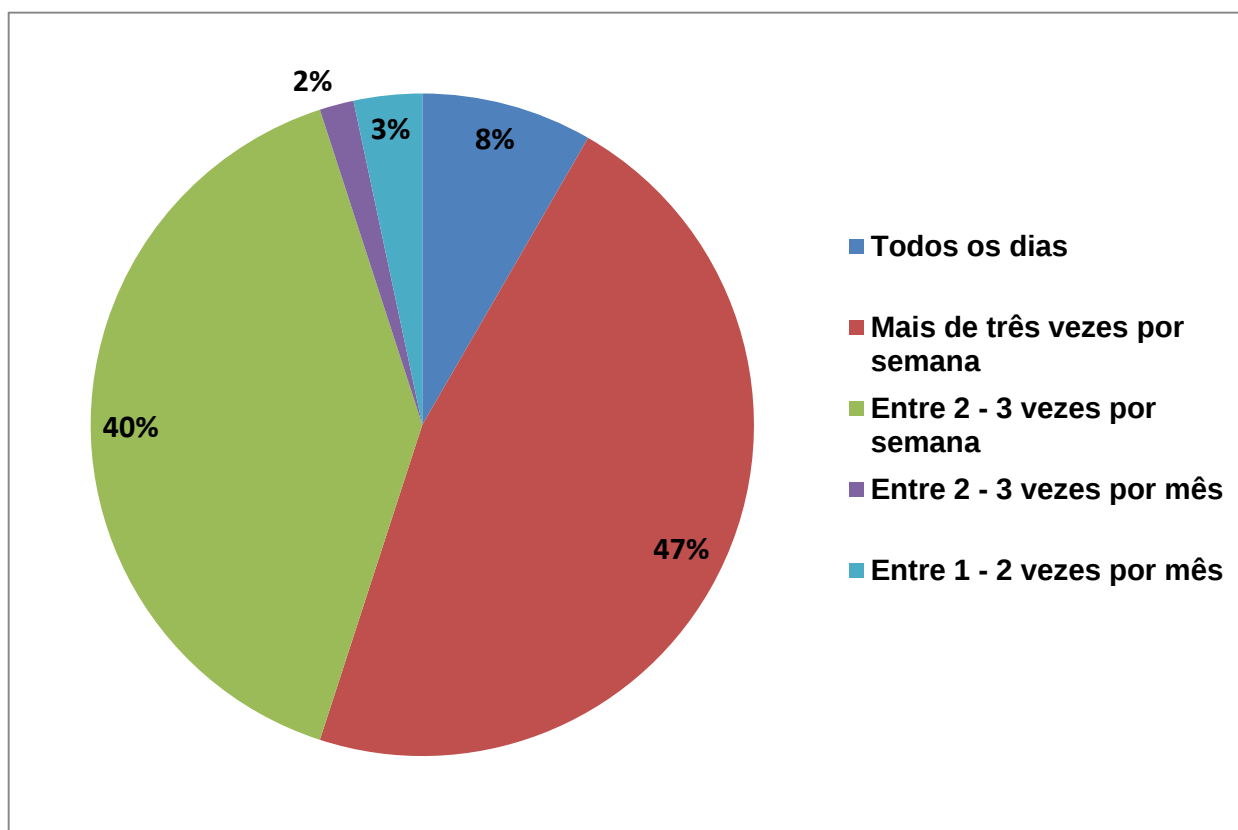
FONTE: O PRÓPRIO AUTOR

Quanto à frequência de consumo de carne bovina pelos entrevistados (Figura 4), percebeu-se que a grande maioria consome carne bovina mais de três vezes por semana (47%), o restante dos respondentes classificou-se da seguinte forma: entre duas e três vezes por semana (40%); 8% dos entrevistados afirmaram consumir carne bovina todos os dias, 3% consomem entre uma e duas vezes por mês e 2% disseram consumir carne bovina entre duas e três vezes por mês.

Embora o consumo de carne bovina seja frequente entre os entrevistados, a pesquisa mostrou que existe uma preocupação por parte dos mesmos com relação a uma alimentação saudável, também foi observado que a faixa salarial até R\$1.000 correspondente a 43% dos

entrevistados, não interferi na quantidade de vezes de carne bovina consumida semanalmente, constatando assim a preferência na escolha por esse alimento.

Figura 4. Frequência de consumo de carne bovina



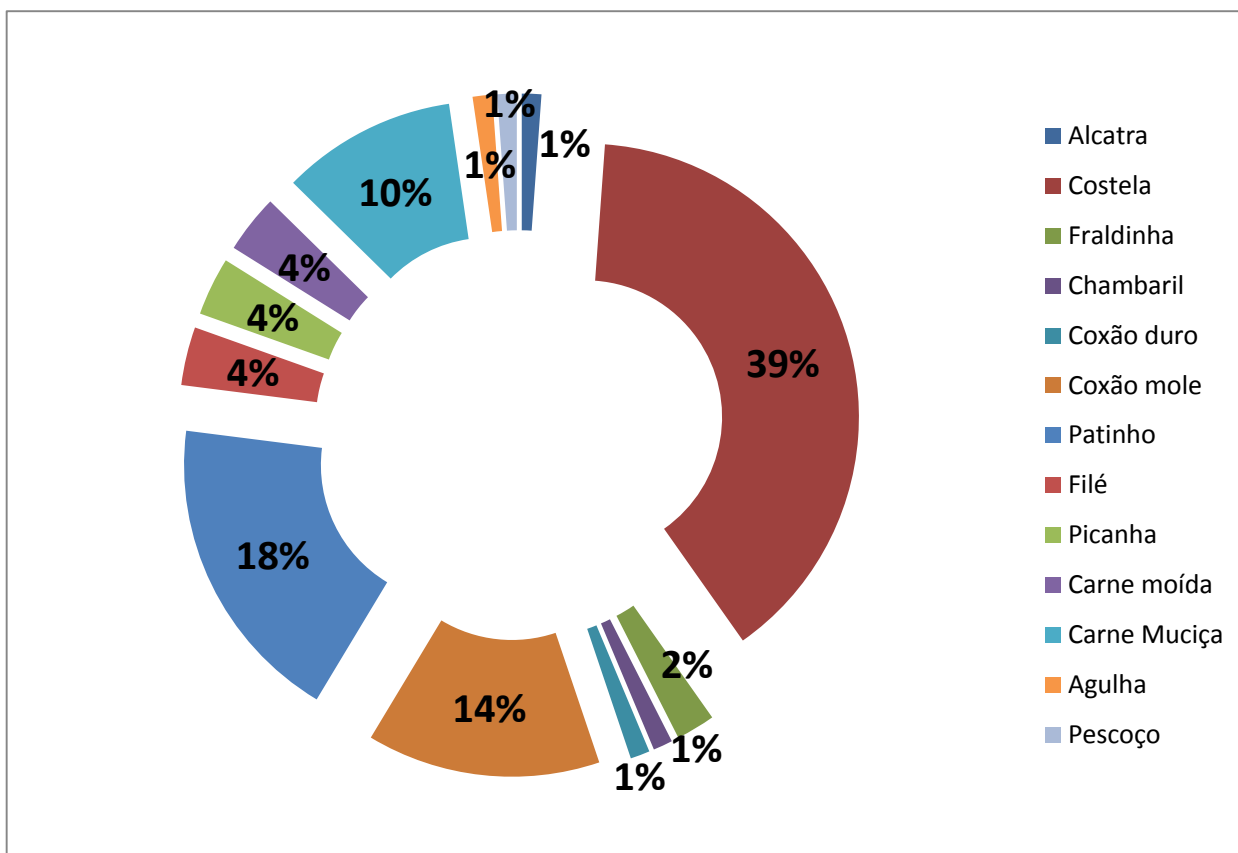
FONTE: O PRÓPRIO AUTOR

Buscou-se conhecer onde o consumidor de carne bovina adquiriu seu produto, apresentando aos entrevistados as seguintes opções: açougues e supermercados. A compra no açougue foi a única citada pelos respondentes (100%).

É possível encontrar no mercado diversos tipos de carnes e cortes, o que facilita o preparo das refeições, e consequentemente o dia a dia do consumidor. Os entrevistados foram questionados sobre os cortes bovinos mais consumidos (Figura 5), a costela foi a mais consumida (39%), isso se deve ao preço, considerada um dos cortes mais baratos, a costela torna-se acessível a todos os apreciadores. Seguida pelo patinho (18%), coxão mole (14%), carne maciça (10%), carne moída, filé e picanha (4%). Os cortes menos citados foram: fraldinha (2%), alcatra (1%), chambaril (1%), coxão duro (1%), agulha (1%), pescoço (1%). A preferência pelos cortes considerados carne de primeira está diretamente ligado a renda familiar, os entrevistados que

declararam ganhar acima de dois salários mínimos, optam por comprar carne sem ossos, macia e que possa ser utilizada em diferentes cardápios.

Figura 5 - Cortes de carne bovina mais consumidos

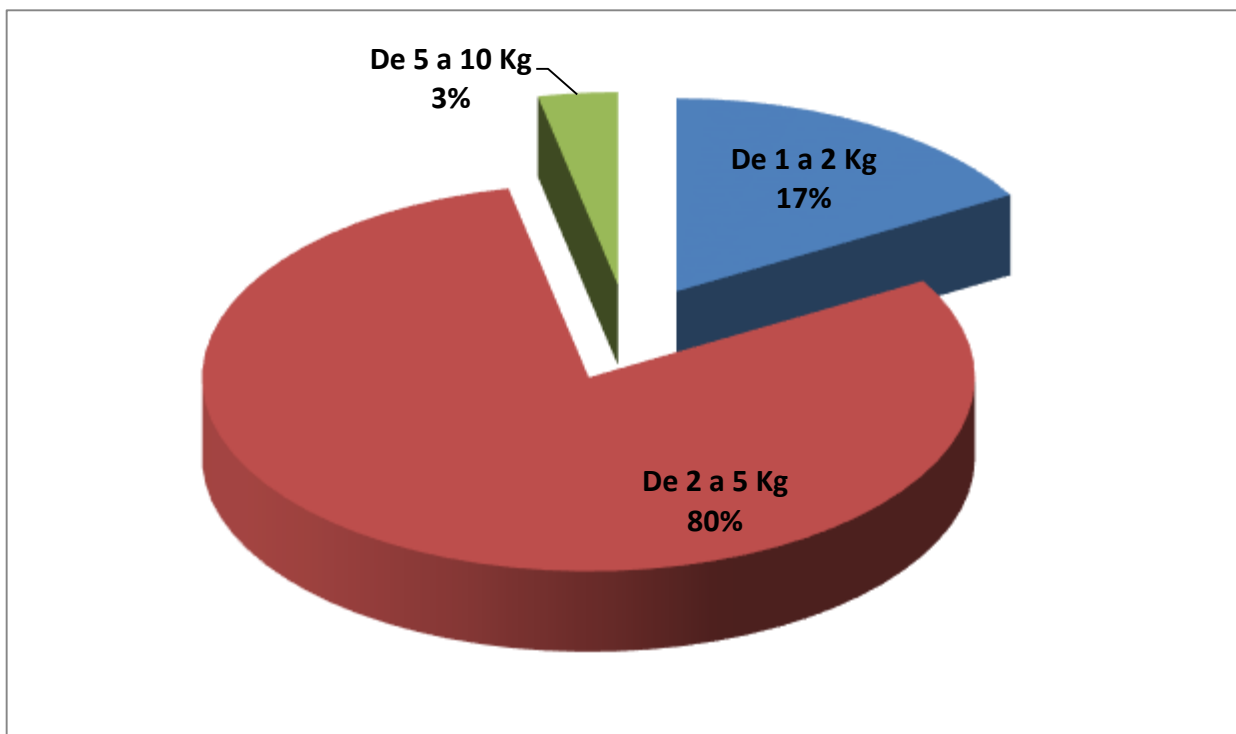


FONTE: O PRÓPRIO AUTOR

Segundo Barcelos (2002), a maioria das pessoas que consome carne bovina age por prazer, diferente de outros alimentos que são consumidos por serem considerados mais saudáveis ou mais baratos.

Os consumidores que participaram da entrevista foram questionados sobre quantos quilos de carne bovina compram semanalmente, os respondentes manifestaram predominantemente um consumo de dois a cinco quilos de carne por semana (80%). Os demais respondentes indicaram as seguintes quantidades: 17% consomem de 1 a 2 kg por semana; 3% consomem mais de 5 a 10 kg por semana (Figura 6). Nota-se que as mulheres na maioria das vezes são responsáveis por efetuar a compra dos alimentos em geral, inclusive da carne bovina.

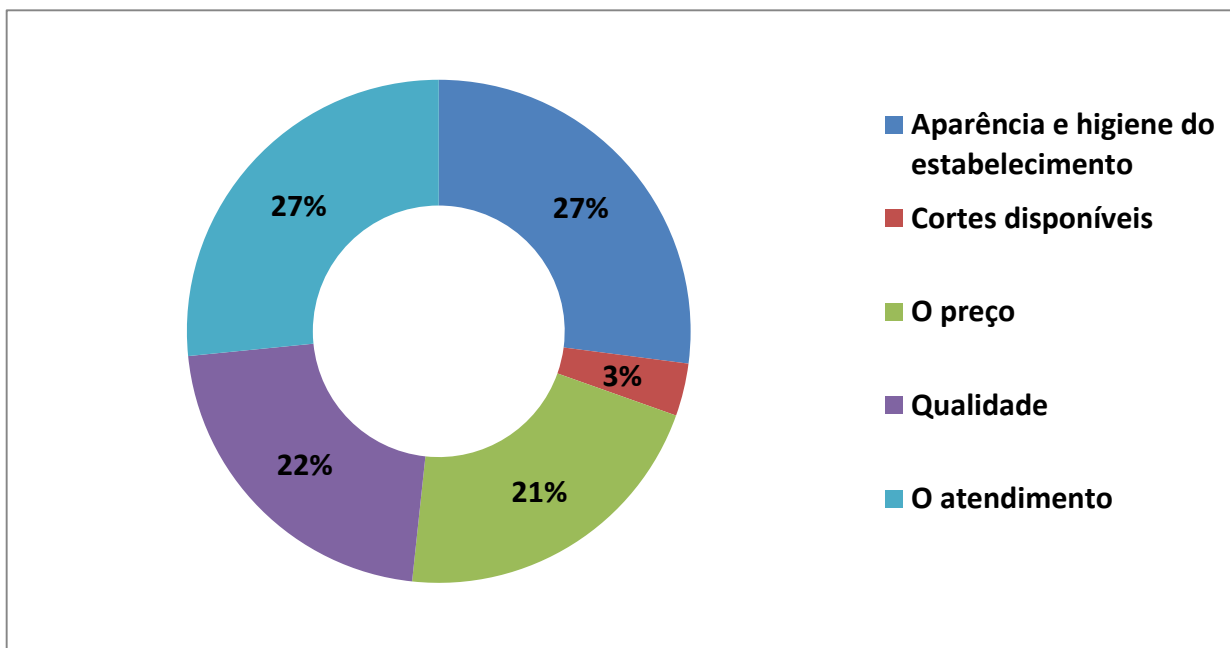
Figura 6- Quantidade de carne bovina comprada



FONTE: O PRÓPRIO AUTOR

Buscou-se conhecer o que influencia o entrevistado na escolha do local de compra da carne bovina. Para isso foram considerados cinco itens (a aparência e higiene do estabelecimento, cortes disponíveis, o preço, qualidade e o atendimento). Os entrevistados são muitos exigentes, 28% declararam buscar higiene nos estabelecimentos onde compram carne bovina; apenas 4% se importam com os cortes disponíveis, um número considerável de entrevistados demonstrou falta de conhecimento com relação aos cortes bovinos. O atendimento e a qualidade também foram quesitos muito exigidos pelos entrevistados: 23% deles buscaram estas características nos estabelecimentos; em relação ao preço, 22% se deixam influenciar por esse quesito (Figura 7)

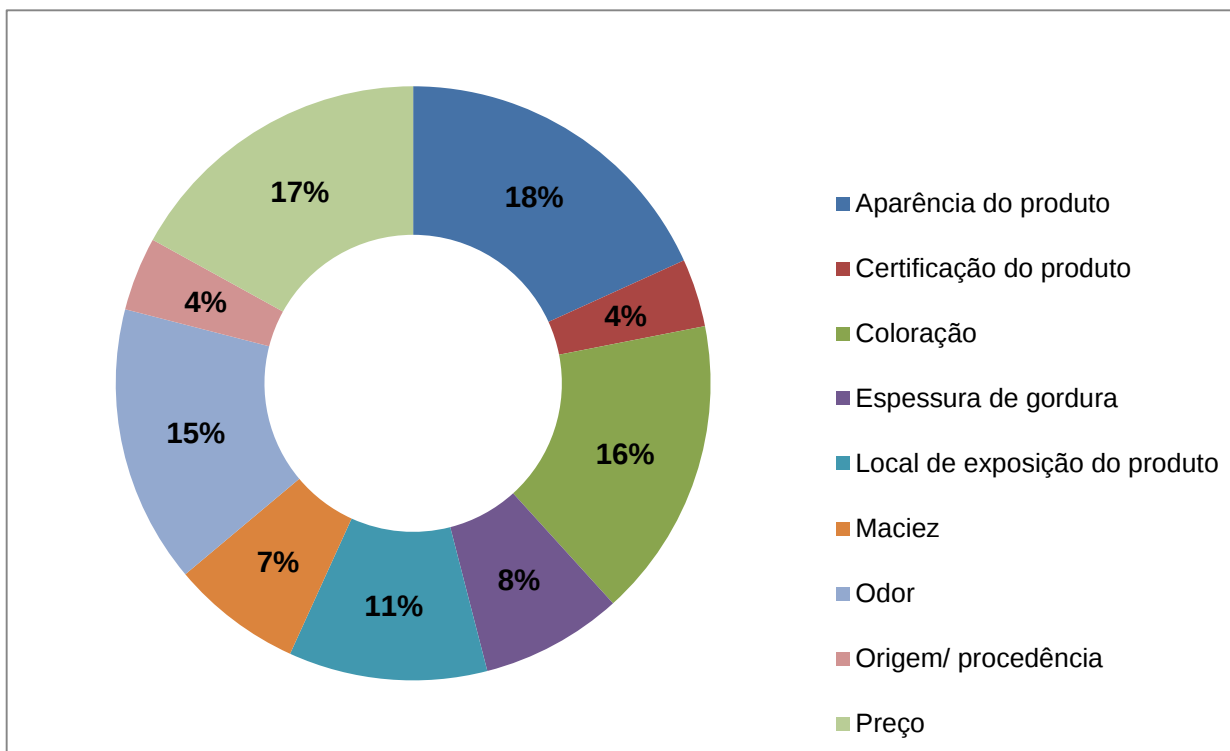
Figura 7. Influência do local de compra



FONTE: O PRÓPRIO AUTOR

Quando o consumidor analisa um produto, considera os atributos intrínsecos, como a cor ou textura, e os atributos extrínsecos, como a embalagem e o preço. Para o consumidor, todo atributo tem um significado e isso pode favorecer ou não a decisão de compra do produto. O quesito aparência do produto, considerado muito importante pelos entrevistados (18%), muito importante também é o preço considerado por (17%) dos entrevistados; Com relação à coloração da carne, os consumidores entrevistados foram bastante incisivos nas suas avaliações: 16% deles valorizam a coloração da carne; 15% dos entrevistados declararam muito importarem com o odor; Quanto ao local de exposição da carne bovina, 11% dos entrevistados disseram muito se importarem com esse quesito; quanto à espessura de gordura presente na carne, como resposta, 8% dos entrevistados dão muita importância a este atributo, 7% dos entrevistados responderam muito se importarem com a maciez da carne bovina; apenas 4% afirmam preocupar-se com a certificação, os mesmos 4% disseram se preocuparem com relação a origem e procedência da carne disponibilizada para os açougues (Figura 8).

Figura 8. Atributos importantes da carne bovina



FONTE: O PRÓPRIO AUTOR

A pesquisa revelou que o consumidor a cada dia torna-se mais exigente e busca conhecer o produto que está sendo comprado. 60% dos entrevistados discordam que a carne bovina é saudável, essas pessoas dizem estarem preocupadas com uma alimentação saudável e optaram por reduzir o consumo de carne bovina, todos os entrevistados concordam que a mesma é um alimento caro, um número considerável de pessoas 80% respondeu que não consideram a carne bovina gordurosa, afirmando ser um alimento rico em proteínas necessárias ao bom funcionamento do organismo, segundo eles a gordura depende do corte escolhido e uma porcentagem bem pequena 3,5% dos entrevistados discordam que a carne bovina seja nutritiva (Tabela 2).

TABELA 2 – ASPECTOS COM RELAÇÃO À CARNE BOVINA

COM RELAÇÃO À CARNE BOVINA	CONCORDO	DISCORDO
É SAUDÁVEL	40%	60%
É CARA	100%	0%
POSSUI MUITA GORDURA	20%	80%
É UM ALIMENTO NUTRITIVO	96,5%	3,5%

FONTE: O PRÓPRIO AUTOR

6. CONCLUSÕES

Os consumidores de carne bovina de Uruçuí preferem adquirir seu produto em açougues. A comodidade e a praticidade oferecidas pelos pontos de compra são atributos para os compradores em açougues, tais atributos estão relacionados com a proximidade da residência e fidelidade ao local da compra.

A população tem preferência pela carne bovina, com os cortes tradicionais como costela e picanha, sendo a carne de frango sua principal substituta. Entretanto, a carne de peixe se faz presente nos hábitos alimentares demonstrando que há uma preocupação, com uma dieta balanceada que contemple diferentes nutrientes. A carne bovina, embora supere em preferência as demais carnes, é tida pelo um número considerável dos consumidores como sendo maléfica à saúde das pessoas.

Com relação à origem e certificação da carne comprada, os consumidores não valorizam essa informação adicional na carne que compram. Este atributo, portanto, não faz parte das exigências da maioria dos consumidores.

A decisão de compra é dada pela aparência do produto, seguido pelo fator preço, aparência. A frequência de consumo mais comum para carne bovina é de mais de três vezes por semana e o corte mais consumido é a costela.

De acordo com o relato dos donos de açougues dos bairros escolhidos para realização das entrevistas, a venda de carne bovina decresceu em razão da crise. Essa informação foi confirmada pelos entrevistados que afirmaram comprar menos carne hoje, em virtude da crise e do alto preço, muitos reduziram a quantidade de carne bovina comprada, substituindo-a por frango, sardinha, linguiça, ovos e outras misturas. A quantidade de carne comprada varia de acordo com o poder aquisitivo dos entrevistados, analisando os compradores de carne bovina, observa-se que o consumo em média é de 2 a 5 kg/domicílio/semana. Não foi encontrada entre os entrevistados nenhuma pessoa que dissesse não comer carne bovina.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIEC. Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne. Pecuária Brasileira. 2014. Disponível em: <http://www.abiec.com.br/img>. Acesso em. 25 mar.2017.

BARCELLOS, J. O. J.; ABICHT, A. MM.; BRANDÃO, F. S.; CANZZI, M. E. A.; COLLARES, F.C. Consumer perception of Brazilian traced beef. **Revista Brasileira de Zootecnia**. v.41, n.3, p.771-774, 2012.

BRCELOS, M. D. **Processo decisório na compra de carne bovina na cidade de Porto Alegre**. 2002. 169f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

BERTOLAMI, M. C. **O Impacto da Carne e do Leite de Bovinos na Saúde Humana**. Instituto de Cardiologia do Estado de São Paulo. São Paulo: 2005.

BRANDÃO, F. S. **Tendências para o consumo de carne bovina no Brasil**. 2013. Tese (doutorado) – Curso de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar da População Brasileira: Promovendo a Alimentação Saudável**. 1ed. Brasília, 2008. Disponível em:< http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira.pdf>. Acesso em: 19 de nov 2016.

BRISOLA, M. V.; CASTRO, A. M.G. **Consumidor de carne bovina: Preferências e confiança no açougueiro**. *FACES*, Belo Horizonte, v. 15, n. 1, jan/ jun. 2005.

CARDOSO, M. A. **Nutrição e metabolismo: Nutrição Humana**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2010.

CARVALHO, E.M. (Minas Gerais). Mercado da carne bovina no mundo com enfoque no Brasil. Belo Horizonte: **Rehagro**, 2010. Disponível em: < <http://rehagro.com.br/plus/Módulos/noticias/ler.php?Cdnoticia=2069> >. Acesso em: 18 nov 2016.

CEPEA. **PIB do Agronegócio 1995-2015**. 2016. Disponível em: <<http://cepea.esalq.usp.br/pib/>> Acesso em: 23 de nov. 2017.

COSTA, N. G. da BRISOLA, M. V. comportamento dos agentes no processo de compra de carne bovina em açougues da cidade de UNAI/MG: Uma análise a luz da economia dos custos de transação. **XLIII CONGRESSO DA SOBER**, Ribeirão Preto, São Paulo. p. 1-18, 2005.

Dias, L. D. B. et al. Estudo sobre o padrão de consumo da carne bovina na cidade de Campo Grande, MG, Brasil. **Boletim de Industria Animal**, Nova Odessa, v. 72, n. 2, p. 148-154, 2015.

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations **Informações sobre população, estatísticas**. 2012. Disponível em: <<http://www.fao.org/economic/ess/ess-home/en>>. Acesso em: 16 Nov. 2016.

GARBER JR., L. L.; HYATT, E. M.; STARR JR., R. G. Measuring consumer response to food products. **Food Quality and Preference**, Boston (EUA), v. 13, 2002.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA: Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=221120> >. Acesso em: 23 de out 2016.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF)**, 2012.

Quais os países que mais consomem carne bovina? - Foodnews: Disponível em: <www.foodnewsocial.com.br > ... > Acesso em: 19 de nov. de 2017.

SERAGINI, L.; CARVALHO, E. G. **Identidade de produto: design original e prestígio de marca.** In: CARVALHO, D.T.; NEVES, M.F. (Coord.). *Marketing na nova economia*. São Paulo: Atlas, 2001. p. 127-137.

SOLOMON, M.R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo.** 5 ed. Porto Alegre: Bookmana, 2002.

USDA United States Department of Agriculture. Production and Trade of All Meats to Expand in 2016. **Livestock and poultry: world markets na trade.** Out. 2015. Disponível em: <http://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf> Acesso em 01 abril 2016.

ANEXOS

Figura 09 – Entrevista com consumidores de carne bovina
FONTE: O PROPRIO AUTOR



Figura 10 – Entrevistados respondendo ao questionário.
FONTE: O PROPRIO AUTOR



Figura – 11 Visita a um local de venda da carne bovina
FONTE: O PROPRIO AUTOR



APÊNDICE- Modelo do Questionário Aplicado**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO,
CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ – IFPI.
CURSO: ESPECIALIZAÇÃO EM AGRONEGÓCIO**

A pesquisa da qual o Sr.(a) está participando tem por objetivo conhecer suas opiniões sobre o consumo de carne. Suas respostas serão mantidas em sigilo, e as informações obtidas servirão apenas para fins acadêmicos.

1- Assinale os tipos de carne de sua preferência.

- | | |
|----------------------------------|--|
| ☐ caprino | ☐ suíno |
| ☐ bovino | ☐ frango |
| ☐ peixe | ☐ Outros. Qual? _____ |

2- Com que frequência você consome carne bovina?

- ☐ Todos os dias
☐ Mais de três vezes por semana
☐ Entre 2-3 vezes por semana
☐ Entre 2-3 por mês
☐ Entre 1-2 vezes por mês

3- Normalmente, onde você compra carne?

- ☐ Supermercado
☐ Açougue
☐ Outro. Qual? _____

4- Assinale os cortes de carne bovina que você consome com mais frequência.

- | | |
|---|----------------------------------|
| ☐ Alcatra | ☐ Patinho |
| ☐ Costela | ☐ Filé |
| ☐ Fraldinha | ☐ Picanha |
| ☐ Chambaril | ☐ Pescoço |
| ☐ Coxão duro | ☐ Agulha |
| ☐ Coxão mole | |
| ☐ Outro. Qual? _____ | |

5- Quantos quilos de carne bovina você compra por semana?

- ☐ da 1 a 2kg
☐ 2 a 5 kg
☐ de 5 a 10 kg

- () mais de 10 kg
 () não sabe
 () não informou

6- Como o local influencia você na compra?

A aparência e higiene do estabelecimento	Sim	Não
Cortes disponíveis		
Preço		
Quantidade		
Atendimento		

7- Com relação aos atributos da carne bovina listados abaixo, marque o que você considera importante na hora da compra:

Atributos	Pouco Importa	Muito Importa
Aparência do produto		
Certificação do produto		
Coloração		
Espessura da gordura		
Local de exposição do produto		
Maciez		
Odor		
Origem/procedência		
Preço		

8- Baseado na sua experiência, você concorda ou discorda com os itens abaixo.

Com relação à carne bovina	Discordo	Concordo
É saudável		
É cara		
Possui muita gordura		
É um alimento caro		

CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO:

- 1) -Sexo: () Masculino () Feminino
 2) -Idade: _____ anos
 3) -Estado Civil: () Solteiro(a) () casado(a) () separado(a) () viúvo(a)
 4) -Nível de instrução:

- () Médio completo
- () Analfabeto
- () Fundamental completo
- () Fundamental incompleto
- () Superior completo
- () Superior incompleto
- () Pós graduado

5- Renda familiar:

- () até R\$ 1.000,00
- () de R\$ 1.001, a R\$ 2.000
- () de R\$ 3.001.a 5.000
- () de R\$ 5.001, a 10.000