

PERFIL DE CONSUMIDOR DE CARNE BOVINA NA CIDADE DE SÃO MIGUEL DO ANTA – MG

Raquel Queiroz da Paixão¹; Arnaldo Prata Neiva Junior²; Edna da Cruz Medeiros¹; Rafael Xavier Vieira³; *Bhremer Pereira Mendes¹; Hugo Eduardo De Leon Flauzino¹

¹Graduando (a) em Zootecnia, IF Sudeste MG Campus Rio Pomba; ²Professor do Departamento Acadêmico de Zootecnia, IF Sudeste MG Campus Rio Pomba; ³Zootecnista – Rações Ideal

raquelzinhadapaixao@hotmail.com

RESUMO:

Esta pesquisa teve como objetivo realizar o estudo da caracterização dos consumidores de carne bovina no município de São Miguel do Anta – MG, localizada na Zona da Mata Mineira. Foram entrevistados 64 indivíduos, utilizando questionários de forma virtual. O questionário foi aplicado entre o dia 14 de janeiro a 28 de fevereiro de 2019. Dos entrevistados, 73,4% são do gênero feminino e 26,6% do gênero masculino. O quesito renda mensal por residência, dos entrevistados 29,7% recebem 1 salário mínimo, 40,6% recebem de 2 a 3 salários mínimos, 21,9% recebem 4 a 5 salários mínimos, 5% recebem 6 a 7 salários mínimos e 2,8% recebem acima de 8 salários mínimos. Em relação a frequência de consumo de carne bovina, 39,1% consomem todos os dias da semana, 51,6% consomem 2 a 3 vezes por semana, 9,3% consomem raramente e 0% não fazem consumo. No quesito preferência do local de compra dos entrevistados, 29,7% optam por supermercados, 68,8% por açougue, 1,7% do próprio produtor e 0% tem produção própria. Em termos envolvendo fatores que afetam o consumo da carne bovina, 32,8% declaram ser o preço, 25% o sabor, 23,4% a textura da carne e 18,8% outros fatores que afetam no consumo. De acordo com os atributos avaliados, conclui-se que a carne bovina tem um bom nível de aceitação pelos consumidores do município de São Miguel do Anta – MG e o fator que mais afeta o consumo é o preço.

PALAVRAS-CHAVE: Aquisição; Gado de corte; Produção de carne.

INTRODUÇÃO:

A bovinocultura apresenta-se como um dos setores mais importantes do agronegócio brasileiro e conseqüentemente da economia nacional. (MAPA, 2014). O Brasil possui o maior rebanho comercial do mundo, é o maior exportador de carne bovina e segundo maior produtor de carne. A produção de carne é considerada uma atividade de grande importância para o mercado externo e interno do país.

Em 2017 o rebanho bovino de corte brasileiro alcançou 221,81 milhões de animais, com abate de 39,2 milhões de cabeças e com uma produção de 9,71 milhões de toneladas equivalente a carcaça (TEC). Do total de carne produzida, 20% foi exportada e 80% abasteceu o mercado interno, garantindo um consumo de cerca de 37,5 quilos de carne bovina por habitante, movimentando um total de 523,25 bilhões de reais (ABIEC, 2018).

Em Minas Gerais, o número de cabeças de gado é o segundo maior do país, com 21,8 milhões de animais ou 11% do rebanho nacional. O segmento de corte é o terceiro do setor agropecuário em relevância econômica, tendo acumulado R\$ 7,3 bilhões em valor bruto de produção em 2015. Estudo realizado pelo Instituto Antônio Ernesto de Salvo (INAES) mostra que o potencial de Minas para a produção de carne bovina está longe de ser esgotado e poderia crescer exponencialmente (INAES, 2016).

O abate de bovinos em Minas Gerais, ao longo do segundo trimestre de 2017, apresentou incremento de 2,6% frente a igual período do ano anterior. Os preços mais acessíveis dos cortes bovinos e o aumento das exportações justificam o aumento. No intervalo, o abate de suínos ficou praticamente

estável, com pequena elevação de 0,1%, mas em comparação com o primeiro trimestre mostrou alta de 4,9%. Já no segmento de frangos, foi verificada redução de 12,9% no abate. Com preços abaixo dos custos, a produção de leite em Minas Gerais encerrou o período com queda de 2,6%. Os dados são da Pesquisa Trimestral de Abate de Animais (IBGE, 2017).

De modo geral, as carnes são vistas pelos consumidores como alimentos nobres, de qualidade e que atendem às necessidades nutricionais do ser humano moderno que se preocupa em buscar maior expectativa de vida e com mais saúde (Rodrigues, 2009).

Deste modo, objetivou-se realizar a caracterização dos consumidores de carne bovina no município de São Miguel do Anta – MG, localizada na Zona da Mata Mineira.

METODOLOGIA:

A pesquisa de opinião foi realizada no período de 14 de janeiro a 28 de fevereiro de 2019, através de questionários respondidos por 64 indivíduos residentes no município de São Miguel do Anta, localizado na Zona da Mata Mineira. Os questionários foram aplicados virtualmente através da ferramenta Google Formulários, tendo o público-alvo selecionado de forma aleatória por meio das redes sociais.

Realizou-se a caracterização da população amostral de consumidores quanto ao sexo. Em seguida, foram avaliados os parâmetros: Frequência de consumo de carne bovina em média na família; Atributo valorizado na hora da compra; Local de compra do produto; Fatores que impedem o consumo de carne bovina e; Renda mensal.

As informações obtidas foram tabuladas e os resultados expressos por meio de análise percentual, utilizando o programa computacional MSEXcel®2013, sendo as informações apresentadas em gráficos quando necessário.

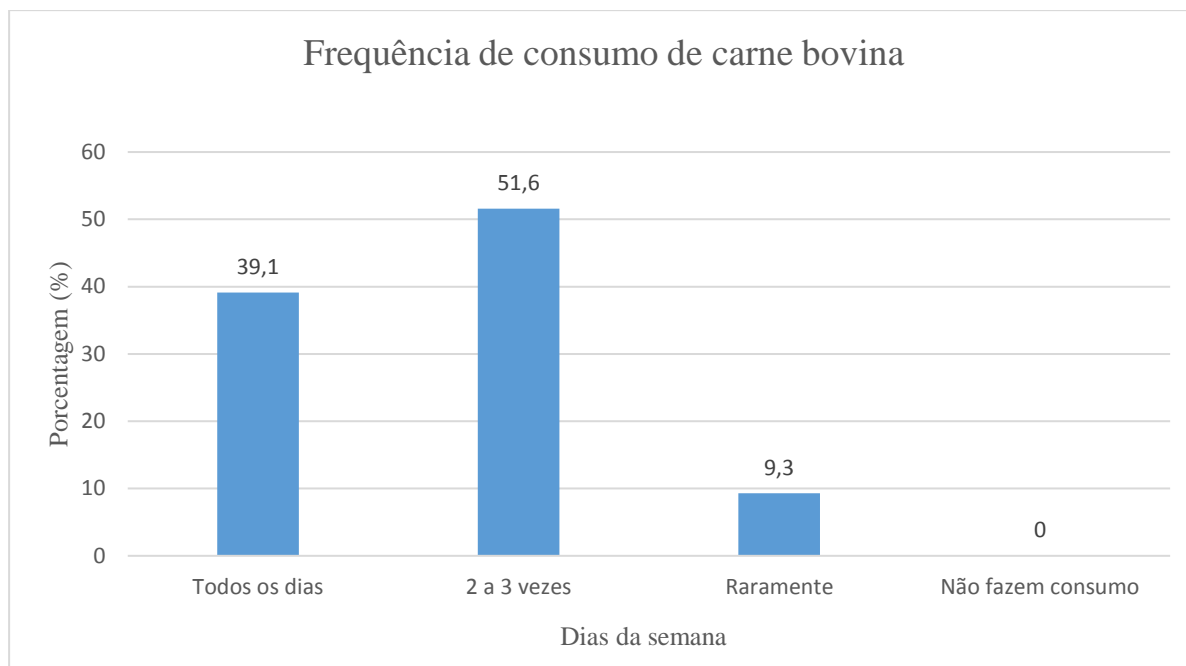
RESULTADOS E DISCUSSÃO:

Dos entrevistados, 73,4% eram do gênero feminino e 26,6% do gênero masculino, somando 100% dos entrevistados.

O quesito renda mensal interfere diretamente na aquisição e consumo da carne bovina. Dos indivíduos entrevistados, 29,7% relataram receber 1 salário mínimo por mês, 40,6% de 2 a 3 salários mínimos, 21,9% de 4 a 5 salários mínimos, 5% de 6 a 7 salários mínimos e 2,8% acima de 8 salários mínimos.

Em relação a frequência de consumo de carne bovina (Gráfico 1), 39,1% alegaram consumir todos os dias da semana, 51,6% de 2 a 3 vezes por semana, 9,3% raramente e 0% não faziam consumo. A população atual possui grande diversidade de alimentos e justamente ao elevado preço da carne bovina o consumo é afetado.

Gráfico 1

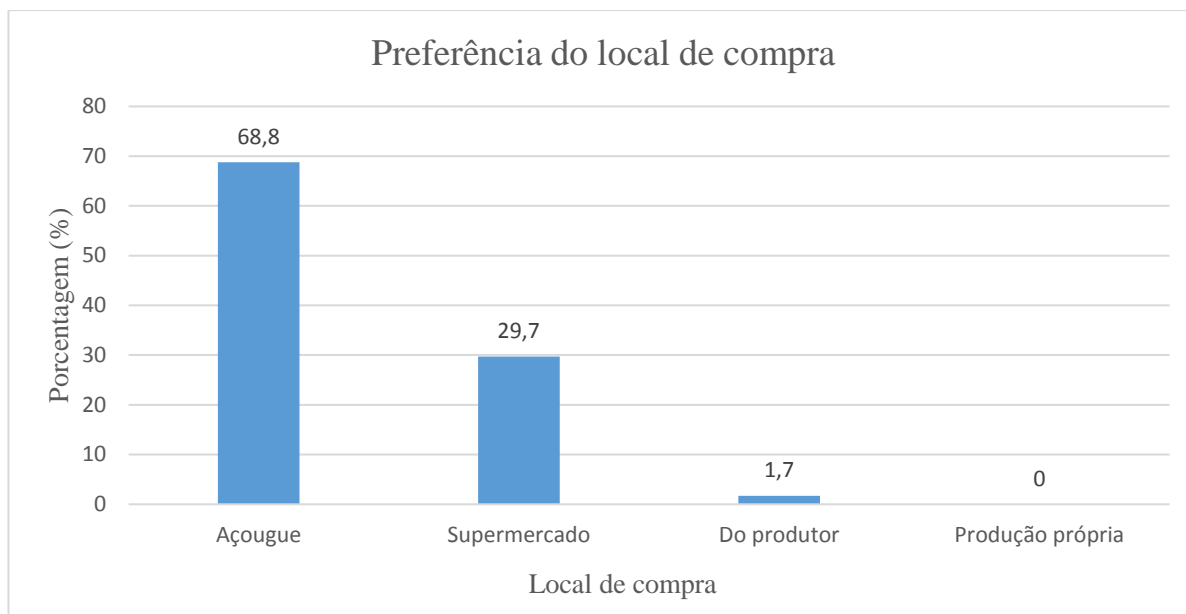


Em estudo realizado por Abujamra et al. (2017), onde foi realizado com aplicação de questionário a pessoas maiores de 18 anos abordadas aleatoriamente nas feiras livres do município de Jataí –GO, foram entrevistados 100 pessoas, destas, 98% consomem carne bovina, sendo que, 73% declararam consumir mais de quatro vezes durante a semana. Mostrando uma maior aceitação e frequência no consumo de carne bovina.

O consumo pode ser afetado de acordo com a culinária de cada região, em regiões do Nordeste por exemplo o consumo de carne de cabritos tem uma maior aceitação devido a cultura da região. Também pode ser afetada pela disponibilidade do alimento na região, quanto mais distante for produzida a carne, maior o seu preço ao consumidor, fazendo com que diminua o seu consumo.

No quesito preferência do local de compra (Gráfico 2), dos entrevistados, 68,8% tem preferência por adquirir a carne bovino por meio do açougue, 29,7% dos supermercados, 1,7% do próprio produtor e 0% tem produção própria. Segundo a pesquisa, pode-se observar, com relação à preferência do local de compra, que os consumidores possuem uma maior confiança em comprar no estabelecimento próprio para a venda de carnes e a produção própria não é comum no município.

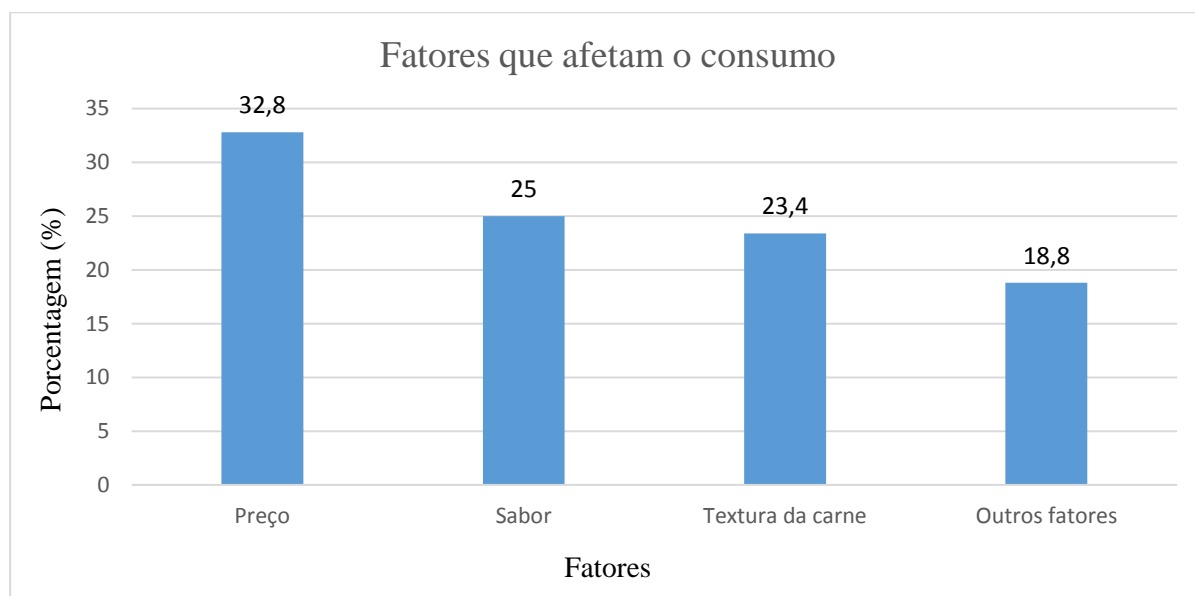
Gráfico 2:



Ao contrario encontrado no presente estudo, Raimundo e Zen (2010), observaram a preferência dos consumidores pelos supermercados. Essa escolha poderia estar relacionada pela aparência um local mais limpo e higiênico. Desse modo, podemos perceber a importância dos supermercados como pontos de venda de produtos cárneos, bem como o impacto que estratégias de marketing nestes locais podem causar sobre os consumidores e sobre o volume de produtos comercializados.

Em relação aos fatores que afetam o consumo da carne bovina (Gráfico 3), 32,8% declararam que o preço é o principal motivo pelo não consumo da carne, 25% o sabor, 23,4% a textura da carne e 18,8% possuíam outros fatores que afetam no consumo.

Gráfico 3:



Sendo assim, observou-se que o elevado preço da carne bovina, segundo os entrevistados se configura como o principal fator que afeta a compra e o consumo diário de carne bovina no município de São Miguel do Anta – MG.

CONCLUSÃO

Conclui-se que na cidade de São Miguel do Anta – MG, o consumidor de carne bovina tinham maior consumo de 2 a 3 vezes por semana, possuíam uma maior confiança em comprar no estabelecimento próprio para a venda de carnes e o elevado preço da carne bovina era o fator que mais afetava o consumo.

REFERÊNCIAS

ABIEC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS EXPORTADORAS DE CARNES. Relatório Anual, 2018. Disponível em: <http://www.abiec.com.br/Sumario.aspx> Acesso em: 20 setembro 2018.

ABUJAMRA, T. et al. Percepção dos consumidores em relação à segurança dos alimentos cárneos no município de Jataí – GO. Segurança alimentar e nutricional, Campinas, 24 (1) 9 – 16, 2017.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Plano mais pecuária / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 1ª edição. Assessoria de Gestão Estratégica. – Brasília: MAPA/ACS, 32 p. 2014.

Costa, W. S. A Avaliação do Estado Nutricional e Hábitos Alimentares de Alunos Praticantes de Atividade Física de uma Academia do Município de São Bento do UnaPE. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva. São Paulo. Vol. 6. Núm. 36. p.464-469. 2012. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/738>

INSTITUTO ANTÔNIO ERNESTO DE SALVO (INAES). Sistema FAEMG, 2016. Pecuária de corte: potencial para crescer. Disponível em: <<http://www.sistemafaemg.org.br/Noticia.aspx?Code=10967&Portal=2&PortalNews=2&ParentCode=73&ParentPath=None&ContentVersion=R>>. Acesso em: 10 de março de 2019

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). INDICADORES (IBGE). Abate de bovino cresce em Minas Gerais. 2017.

Raimundo LMB, Zen S. Aferição do perfil do consumidor de carne suína: estudo de caso Carrefour/Jundiaí (SP). 48o Congresso Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural; 25-28 jul 2009; Campo Grande, MS. Brasília: SOBER, 2010.

Rodrigues. Pesquisa de Mercado: Hábitos de Consumo e Perfil do Consumidor de Carne Bovina In Natura na Grande Vitória. Vitória. 2009.