



PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE DA CIDADE DE MARINGÁ - PARANÁ

Leticia Aline Lima da Silva¹, José Matheus de Moura Andrade², Vitor Magalhães de Mendonça Cunha Miranda³, Silvio Mayke Leite², Joeline Rebecca Pimentel Leite de Oliveira⁴, Simara Márcia Marcato⁵.

1 Mestrando em Zootecnia, PPZ/ UEM, Maringá - PR; 2 Estudante de Graduação em Zootecnia, DZO/ UEM, Maringá - PR, bolsista CAPES; 3 Mestrando em Zootecnia, PPGPA/UFRN, Macaíba - RN, bolsista CAPES; 4 Estudante de Graduação em Zootecnia, DZ/ UFRPE, Recife - PE; 5 Professor do Curso de Graduação em Zootecnia, DZO/ UEM, Maringá - PR.

RESUMO

Objetivou-se avaliar o perfil do consumo e caracterizar o perfil do consumido de carne da cidade de Maringá - Paraná. As entrevistas foram realizadas no mês de março 2019. A amostra foi composta por 399 entrevistados. Observou-se que os consumidores de carne apresentam de forma diversificada no que se refere ao sexo, renda e composição familiar. Constatou-se que a carne mais consumida foi a bovina (66,8%), esse alto consumo se deu devido ao sabor (59,7%). Onde 71,9% compram em supermercados, e realizam compras semanais (63,9%) por preferirem um alimento mais fresco. O aspecto mais levado em conta na hora da compra é a aparência geral (31%) e 78,9% dos entrevistados consomem todos os tipos de carne. Conclui-se com essa pesquisa que a carne mais consumida é a bovina, devido ao sabor e a preferência. O consumidor considera a aparência na hora da compra como melhor indicador da qualidade da carne, a preferência pela compra é supermercados e a maioria dos entrevistados consome todas as carnes.

PALAVRAS-CHAVE: Alimentação, Consumo, Hábito.

ABSTRACT

The objective of this study was to evaluate the consumption profile and to characterize the profile of the consumed meat from the city of Maringá - Paraná. The interviews were conducted in March 2019. The sample consisted of 399 interviewees. It was observed that the consumers of meat present in a diversified form with regard to sex, income and family composition. It was found that the meat most consumed was beef (66.8%), this high consumption was due to the flavor (59.7%). Where 71.9% buy in supermarkets, and make weekly purchases (63.9%) because they prefer a fresher food. The most taken into account at the time of purchase is the general appearance (31%) and 78.9% of the interviewees consume all types of meat. It is concluded from this research that the most consumed meat is bovine, due to taste and preference. The consumer considers the appearance at the time of purchase as the best indicator of the quality of the meat, the preference for the purchase is supermarkets and the majority of the interviewees consumes all the meats

KEYWORDS: Food, Consumption, Habit.

INTRODUÇÃO

A carne é um dos alimentos mais consumidos no mundo e no Brasil. Esse alto consumo deve-se a seu valor nutricional e sabor, já que a mesma apresenta proteína de alto valor biológico e rica em vitaminas e minerais.

De acordo com dados do IBGE, o Brasil no ano de 2018 produziu valores de aproximadamente 19,13 milhões de toneladas de carne, sendo 10,27 milhões de toneladas de carne de frango, 2,97 milhões de toneladas de carne suína e 5,89 milhões de toneladas de carne bovina.

Visando avaliar a tendências do mercado são feitas pesquisas sobre o comportamento do consumidor. Ao avaliar esse comportamento nota-se que são diversos os fatores que interferem na compra de um produto, assim como a renda, sexo, idade, estado civil, grau de escolaridade, preço, filhos, praticidade entre outros. Independente da escolha, um ponto em comum é observado atualmente, o consumidor tem valorizado produtos que apresentam benefícios a saúde e alto valor nutricional. Com a evolução os consumidores, tendem a ser mais exigentes, e com isso o mercado tem que se adequar a esta exigência produzindo com alta qualidade, maior valor agregado, rastreabilidade e bem estra animal (Heinen, 2013). A qualidade deste produto está atrelada a diversos fatores que vão do nascimento do animal até a mesa do consumidor, garantindo assim a integridade do produto (Barcellos, 2004).

Objetivou-se neste trabalho avaliar o perfil do consumo e caracterizar o perfil do consumido de carne da cidade de Maringá - Paraná.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada na cidade de Maringá-PR, envolveu uma abordagem quantitativa e descritiva e ocorreu no mês de março de 2019. A coleta de dados da pesquisa foi feita através de um questionário estruturado, contendo doze perguntas fechadas, sendo o mesmo aplicado através do envio do link do formulário online pelas redes sócias. A definição do tamanho da amostra, referente ao número de entrevistados, foi feito baseado na metodologia de Barbetta (2008) e descrita por Raomundo Zen (2009). Baseado nessa formula o erro

amostral foi de 5 %, levando em consideração a população do município de Maringá – Paraná, através dos dados do IBGE (2011).

A população de Maringá que apresenta 417.010 habitantes, foi calculada uma amostra e foram aplicados 399 questionários. As perguntas permitiram verificar aspectos inerentes ao perfil do consumidor e caracterização do consumo de carne, utilizando-se as seguintes variáveis: sexo, idade e renda, como carne mais consumida, porque consome mais essa carne, qual a preferência, estabelecimento que compra, frequência de compra, carne que não consome, porque não consome essa carne e atributos na hora da compra.

A tabulação dos dados foi gerada automaticamente pelo sistema do formulário google, gerando gráficos com as porcentagens para cada pergunta.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através dos dados obtidos dos entrevistados, observou-se um predomínio maior de mulheres (63,9 %) do que de homens (36,14 %) da amostra analisada. Em relação à idade, 62,3% possuía entre 18 a 25 anos, sendo a faixa etária predominante; 18,5 % de 26 a 35 anos; 7,3% dos consumidores entrevistados tinham entre 36 a 45; 11,8 % acima de 45. Foi questionado dimensão do agregado familiar onde e 61 % responderam que residiam de 3 a 4 pessoas por casa, 29,4 % de 1 a 2 pessoas e 9,6 % acima de 4 pessoas por casa. O rendimento familiar apontado foi entre 01 a 03 salários mínimos (40,9%), fato este que pode estar diretamente relacionado a faixa etária dos entrevistados, por Maringá ser um município composto na sua maioria por estudantes, em função da localização da universidade e facilidade das redes sociais, os outros entrevistado 39,9% afirmaram receber 4 a 7 salários mínimos e 19,2 % acima de 7 salários mínimos.

Dentre as espécies estudadas nesta pesquisa, foi possível constatar preferência pela carne bovina (66,8%), seguida da carne de aves (25,6%) e o menor consumo foi de peixes (1,3%) (Tabela 1). Nascimento et al (2018), pesquisaram o consumo de carne no Alto Pantanal sul-mato-grossense, encontraram resultado semelhantes quanto o consumo de carne bovina (84%). Isto ocorreu, segundo os entrevistados, devido ao sabor (59,7%), seguido do preço (18,2 %) e a facilidade de encontrar no supermercado (16,6%) (Tabela 1). O alto consumo da carne bovina pode estar relacionado a cultura local ou preferência. Quando questionado sobre a preferência da carne, a bovina foi a que apresentou os maiores números de respostas 59,4% (Tabela 1), resultado semelhante foi encontrado por Silva & Gonçalves (2012), que observou a preferência por carne bovina 54%, na Cidade de Marília em São Paulo.

Tabela 1. Carne mais consumida, escolha e preferência de consumidor de carne no município de Maringá-PR

Variáveis	Total Inquirido (%)
Carne mais consumida	
Bovino	66,80
Aves	25,60
Suíno	6,40
Pescados	1,30
Outros	0
Alto consumo se deve	
Sabor	59,70
Preço	18,20
Facilidade de encontrar no mercado	16,60
Valor Nutricional	5,40
Preferência da Carne	
Bovino	59,40
Aves	17,60
Pescados	14,10
Suíno	8,00
Outros	1,00

No gráfico 1 apresenta os resultados da forma, frequência e as características na aquisição da carne. Sobre o local de compra, cerca de 71,9 % dos consumidores compra a carne no supermercado, devido à maior oferta e facilidade devido a localização dos supermercados em Maringá. Resultados encontrados. Junkes e Groff (2016), encontraram resultados parecidos, com a preferência pela compra em supermercados devido a facilidade, limpeza e transparência. A frequência de compra foi (63,9%) semanalmente, mostrando que o consumidor tem uma preferência por uma carne mais fresca e com melhor aparência (31%) na hora da escolha da compra, seguindo do preço (23%), resultado diferente encontrado por Ávila (2016) no estado do Paraná e Santa Catarina, que observou que o preço (44%) foi o fator mais importante na hora da compra, seguido pela aparência (30%), onde nesse trabalho o preço foi o fator decisivo, contrariando os resultados obtidos neste trabalho que a aparência do produto foi o fator mais importante na hora da compra.

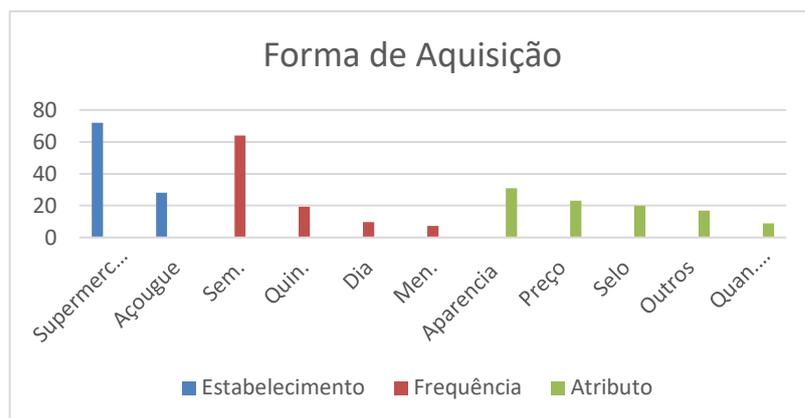


Gráfico 1. Forma, frequência e as características na aquisição da carne pelo consumidor da cidade de Maringá

Quando questionado sobre se não consumia alguma carne, 78,9% dos entrevistados afirmaram que consumia todas os tipos de carne. No entanto, 8,3% dos entrevistados não consumiam a carne suína e de pescado, 3,2% de aves e 1,3% de bovinos. O baixo consumo do peixe pode estar relacionado ao seu preço (19,1%), por ser mais elevados que as outras carnes. Outro fator pode estar relacionado ao sabor da carne (19,1%), onde os entrevistados afirmaram não consumir devido ao sabor e por não tem cultura de consumir essa carne. E apenas 1 % afirmou que não consome a carne suína por transmitir doença.

CONCLUSÕES

O perfil dos consumidores de carne da cidade de Maringá- PR, foi pela preferência da carne bovina, devido principalmente ao sabor. O consumidor considera a aparência na hora da compra como melhor indicador da qualidade da carne, a preferência pela compra em supermercado e a maioria dos entrevistados consome todas as carnes.

REFERÊNCIAS

AVILA, T.S. **Perfil E Comportamento Do Consumidor De Carne Bovina: Uma Análise Do Paraná E Santa Catarina**. Curitiba, 2016.

BARBETTA, P.A. **Estatística Aplicada as Ciências sociais**. 7ª ed revisada. Editora da UFSC: Florianópolis – Santa Catarina, 2008.

BARCELLOS, M. D. de. **Informação e qualidade na compra de carne bovina**. v.3, n.2. p.43-59, Belo Horizonte, 2004.

HEINEN, S. M. **Principais Aspectos Considerados Por Consumidores Na Aquisição De Carne Suína**. Monografia. CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM ALIMENTOS. UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ. 2013.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Estatística da Produção Pecuária Jan – Set 2018**. Disponível em :<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3087/epp_pr_2018_1tri.pdf> Acessado em : 20 de Mar 2019.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Panorama da População**. Disponível em :<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/maringa/panorama>> Acessado em : 10 de Mar 2019.

JUNKES, V.H; GROFF, A. M. **Consumo de carne bovina: características consideradas por consumidores universitários de Campo Mourão- Pr**. X Encontro de Engenharia de Produção Agroindustrial. Campo Mourão, 2016.

RAIMUNDO, L. M. B; ZEN, S. **Aferição do perfil do consumidor de carne suína – Estudo de caso Carrefour/ Jundiá (SP)**. Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Campo Grande, 2009.

SILVA, D. C. F; GONCALVES, A. A. **Perfil de consumo de pescado dos usuários do restaurante universitário da UFERSA**. Revista Caatinga (UFERSA. Impresso), v. 25, p. 125- 129, 2012.