



## ANAIS

### AValiação DO COMPORTAMENTO E PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES DE CARNE BOVINA NO MUNICÍPIO DE ANANINDEUA-PA

VINÍCIUS COSTA GOMES DE CASTRO

vinicius.c.gomes@hotmail.com

FACULDADE CNA

BRENO MONTEIRO DOS SANTOS

obrenozamapq08@gmail.com

UFRA

MARCOS VINÍCIUS MATOS VERSIANI

marcosmversiani@yahoo.com.br

FUNORTE - FACULDADES INTEGRADAS DO NORTE DE MINAS - FUNORTE

ANA CAROLINE SOUSA BARBOSA

caroline.s.barbosaa@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA

EDUARDO LOPES

eduardod.lopes11@gmail.com

CNA

**RESUMO:** Conhecer as preferências e comportamentos dos consumidores tem sido uma importante ferramenta para se estabelecer ações de propaganda do produto ofertado. O objetivo da pesquisa foi analisar a preferência dos principais cortes cárneos bovinos na cidade de Ananindeua- PA. A pesquisa foi realizada no município de Ananindeua-PA. A coleta de dados foi realizada através da aplicação de 100 questionários padronizados divulgados em redes, posteriormente foi realizada análise estatística descritiva. A preferência de consumo, 99% dos entrevistados têm a carne bovina como alimento. Dos entrevistados 55% e 45% são do sexo masculino e feminino, respectivamente. Quanto aos conhecimentos dos cortes de carne bovina 70% não tem ou pouco conhece e 30% têm conhecimento. Os cortes bovinos que apresentaram mais de 50% de aquisição foram alcatra com 62% e peito e peito com osso com 54 % e os cortes que apresentaram menos de 5% de aquisição foram aba do filé com 2% e pescoço com 1%. A carne bovina é um alimento amplamente consumido pelos moradores da cidade de Ananindeua- PA, no entanto, a maioria dos consumidores possuem o baixo conhecimento sobre os cortes cárneos bovinos. Assim, o trabalho evidencia a oportunidade do mercado em utilizar ações de marketing para contribuir com o aumento do consumo de carne bovina.

**PALAVRAS CHAVE:** Carne bovina, consumidor, marketing, mercado

**ABSTRACT:** Knowing the preferences and behaviors of consumers has been an important tool to establish advertising actions for the product offered. The aimed to the research was to analyze the preference of the main beef cuts in the city of Ananindeua - PA. The research was carried out in the municipality of Ananindeua-PA. Data collection was performed through the application of 100 standardized questionnaires posted on networks, after which a descriptive statistical analysis was carried out. Consumer preference, 99% of respondents have beef as food. Of the respondents, 55% and 45% are male and female, respectively. As for the knowledge of beef cuts, 70% have little or no knowledge and 30% have knowledge. The bovine cuts that showed more than 50% of acquisition were rump with 62% and chest and breast with bone with 54% and the cuts that presented less than 5% of acquisition were fillet flap with 2% and neck with 1%. Beef is a food widely consumed by residents of the city of Ananindeua-PA, however, most consumers have little knowledge about beef cuts. Thus, the work highlights the market's opportunity to use marketing actions to contribute to the increase in beef consumption.

**KEY WORDS:** Beef, consumer, marketing, market

## ANAIS

### 1. INTRODUÇÃO

O consumidor representa um importante referencial dos processos que ocorrem ao longo da cadeia de produção, pois são atribuídas as origens das dinâmicas que movem os elos dos produtos que os servirão (BRISOLA; CASTRO, 2005). Dessa forma, as exigências dos consumidores têm influenciado na elaboração de distintos cortes de carne e torna necessária a compreensão dos fatores que influenciam seu comportamento, possibilitando assim uma visão mais crítica na oferta dos produtos (NASCIMENTO et al., 2018).

Estudos do padrão de consumo de alimentos pela população pode elucidar a interação que existe entre o que é ofertado e consumido, em especial os padrões de consumo da carne bovina (DIAS et al., 2015), pois o Brasil se configura como um dos maiores produtores e consumidores, sendo o segundo maior produtor e o terceiro maior consumidor (ANUALPEC, 2019).

De acordo com Barcellos et al. (2019), no cenário do consumidor final começaram a surgir algumas definições das características ou requisitos de qualidade exigida da carne bovina. No entanto, parece que somente o varejo percebeu esta realidade e agilmente aproveitou a oportunidade, ampliando suas margens de lucro. Marca e diferenciação de cortes de carne bovina vêm se destacando e tanto a indústria frigorífica quanto o produtor ficaram a contemplar parcialmente a nova realidade.

Conhecer as preferências e comportamentos dos consumidores, tem sido uma importante ferramenta de estudo, bem como o estabelecimento das demandas dos consumidores de carne (PORTO; KOHLS; RIGATTO, 2006). A partir das informações obtidas com essas pesquisas é possível entender e planejar os processos de marketing de maneira a disponibilizar o produto a partir de ações sistêmicas favorecendo as ligações entre obtenção e distribuição do produto final (KOTLER; ARMSTRONG, 2014). Dessa forma, o objetivo da pesquisa foi analisar a preferência dos principais cortes cárneos bovinos na cidade de Ananindeua- PA.

### 2. METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada no município de Ananindeua localizada na mesorregião metropolitana de Belém, no estado do Pará, Brasil. Os dados foram coletados através da aplicação de 100 questionários padronizados divulgados em redes sociais (Facebook, WhatsApp e Instagram), entre os dias 20.02.2021 e 20.03.2021. Os questionários continham 10 perguntas objetivas e subjetivas com enfoque para a análise e preferência dos principais cortes bovinos, englobando as vertentes desde a situação socioeconômica, preferências e os atributos de escolha do produto adquirido. Após coletados, os dados foram dispostos em uma planilha do programa Excel, onde foi realizada análise estatística descritiva através da obtenção dos valores relativos encontrados.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

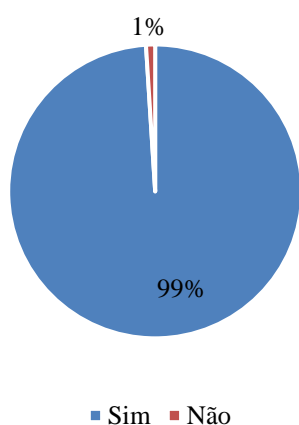
Entre os entrevistados 99% têm a carne bovina como alimento e apenas 1% não consome (Figura 1). Nas últimas décadas, houve grandes transformações no consumo de carnes por parte da população brasileira, isso deve-se as alterações em decorrência das mudanças socioeconômicas e demográficas (TRAVASSOS; COELHO, 2017). Assim, observa-se que a população de Ananindeua – PA apresentam elevada preferência pelo consumo de carne bovina,

## ANAIS

e entender o padrão do consumidor se torna fundamental para definir estratégias e gerenciamento de produção.

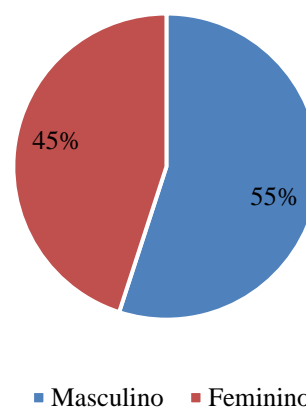
O perfil socioeconômico foi composto por 55% e 45% indivíduos do sexo masculino e feminino (Figura 2), respectivamente, embora os questionários tenham sido aplicados de forma aleatória, observa-se maior participação de homens mesmo que no município apresente maior quantitativo de mulheres (IBGE, 2020).

2



**FIGURA 1.** Quantitativo de entrevistados que consomem carne bovina no município de Ananindeua – PA em março de 2021.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa.



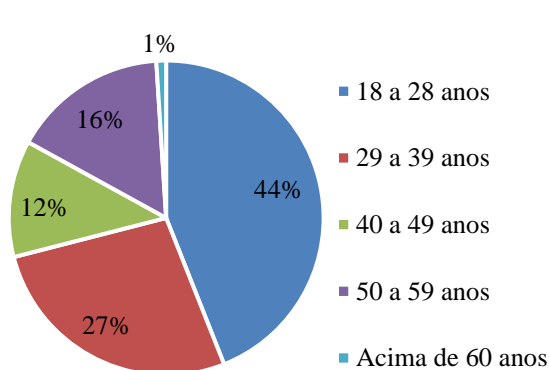
**FIGURA 2.** Sexo dos entrevistados que consomem carne bovina no município de Ananindeua – PA em março de 2021.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa.

Com relação à faixa etária dos participantes 44% têm idade entre 18 a 28 anos, 27% possuem 29 a 39 anos, 16% apresenta idade com 50 a 59 anos e com menores quantidades dos entrevistados, estão os que apresentam 12% com faixa etária de 40 a 49 anos e 1% acima de 60 anos (Figura 3). Oliveira (2012) em sua pesquisa avaliou o consumo da carne bovina na região metropolitana de Parintins – AM, onde os públicos predominantes no estudo foram jovens, assim como obtido nesta pesquisa.

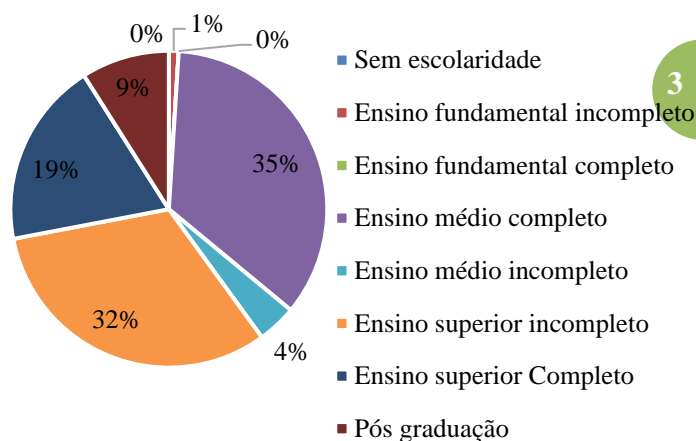
Questionados sobre o nível de escolaridade 35% possuem ensino médio completo, seguido daqueles que possuem o ensino superior incompleto com 32%, ensino superior completo 19% e pós-graduação com 9%. Ocupando a menor quantidade de indivíduos analisados estão os que ensino médio incompleto e ensino fundamental incompleto, representando 4% e 1% respectivamente (Figura 4). De acordo com Diniz et al, (2012), o nível de formação influencia na escolha e exigência de produtos de melhor qualidade, com isso, analisando o nível de escolaridade foi observada a formação elevada dos entrevistados, no entanto, a maioria dos consumidores não tem o conhecimento sobre os cortes bovinos.

## ANAIS



**FIGURA 3.** Faixa etária dos consumidores de carne bovina município de Ananindeua – PA em março de 2021.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa.



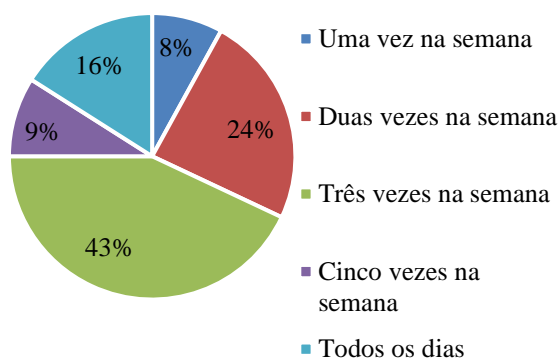
**FIGURA 4.** Nível de escolaridade dos consumidores de carne bovina do município de Ananindeua – PA em março de 2021.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa.

Quanto à frequência de consumo de carne bovina, percebeu-se que 43% consomem três vezes, 16% consomem todos os dias e 9% cinco vezes por semana, porém 32% consomem de duas a uma vez por semana (Figura 5). Estes dados revelam que o consumo de carne bovina pela população do município de Ananindeua - PA é frequente para 68% da população.

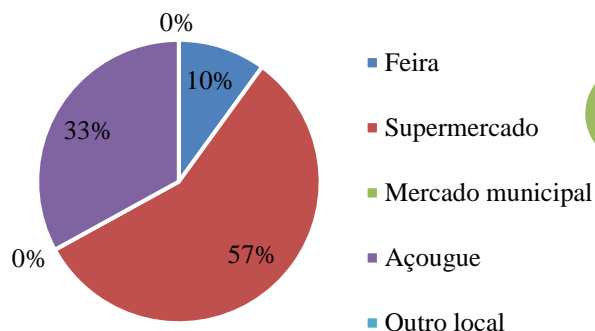
Quanto ao local de compra 58% adquirem em supermercados e 32% em açougues (Figura 6). O resultado ressalta a importância dos supermercados, na atualidade, como importante mecanismo de venda do produto, os dados corroboram com outros autores que concluíram que os supermercados são os principais locais de compra de carne bovina seguido de açougues (GUERRERO et al., 2018; EIRAS et al., 2017; AMARAL et al., 2012). Quanto aos conhecimentos dos cortes de carne bovina 70% não tem ou pouco conhece e 30% têm conhecimento (Figura 7). Observa-se que os cortes são disponibilizados conforme a legislação vigente, como a Portaria N° 5 de 1988, que estabelece a padronização dos cortes de carne bovina. Por esse baixo conhecimento dos cortes, o mercado regional poderia estabelecer mecanismos atrativos de marketing para apresentar aos clientes as especificidades dos cortes, de forma a conquistar o público, pois segundo Malafaia; Azevedo; Barcellos (2011) a falta de informação dos cortes é considerada uma oportunidade para penetração do mercado da carne bovina a partir das características de cada consumidor.

## ANAIS



**FIGURA 5.** Frequência de consumo de carne bovina por consumidores do município de Ananindeua – PA em março de 2021.

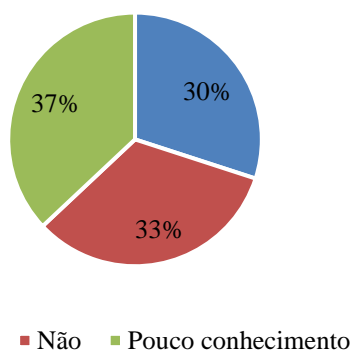
Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa



**FIGURA 6.** Local de compra da carne bovina por consumidores do município de Ananindeua - PA em março de 2021.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa.

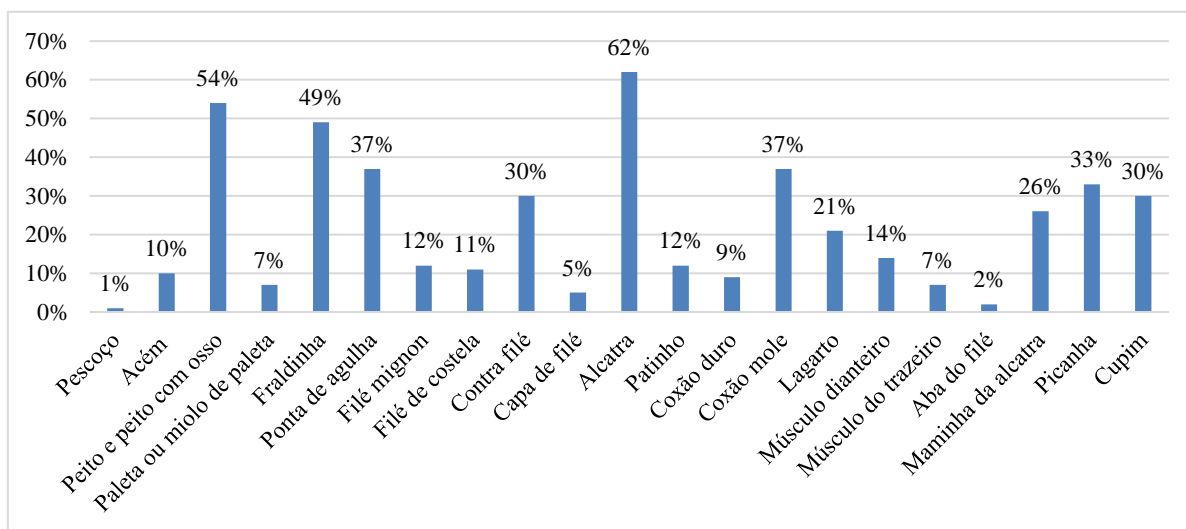
Os cortes bovinos que apresentaram mais de 50% de aquisição foram alcatra com 62% e peito e peito com osso com 54% e os cortes que apresentaram menos de 5% de aquisição foram aba do filé com 2% e pescoço com 1% (Figura 8). Os fatores que determinaram a escolha dos cortes pelos consumidores 57% foi por gostar, 26% pelo preço, 14% pela qualidade do produto e 3% pela disponibilidade do corte (Figura 9). O consumidor, ao comprar um produto, leva em consideração seus atributos intrínsecos e extrínsecos (GUERRERO et al., 2018; NASCIMENTO et al., 2018), que ficou evidente nos extremos de aquisição as características quanto a maciez, presença ou não de osso como intrínsecos e o preço como extrínsecos, confirmado pelos fatores de compra.



**FIGURA 7.** Conhecimento dos cortes de carne bovina por consumidores do município de Ananindeua - PA em março de 2021.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa.

## ANAIS

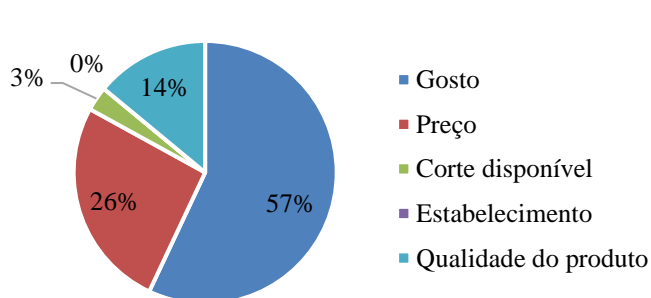


5

**FIGURA 8.** Principais cortes de carne bovina adquiridos por consumidores do município de Ananindeua - PA em março de 2021.

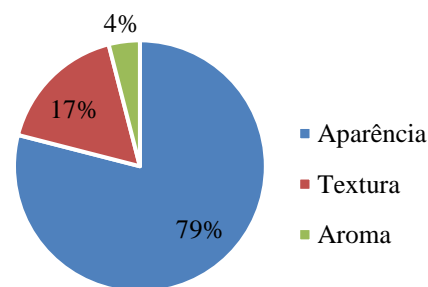
Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa

Quanto aos atributos da carne bovina mais importantes na hora da compra, a aparência foi considerada a mais importante com 79%, seguido de textura e aroma, com 17% e 4%, respectivamente (Figura 10). Entre os atributos a cor da carne é o primeiro critério utilizado pelo consumidor (MUCHENJE et al., 2009), resultado que se confirma com os consumidos de Ananindeua – PA, e corrobora com outros autores que verificaram a aparência do produto como atributo mais relevante no momento da compra (BORGES; NUNES NETO; CAVALCANTE, 2020; LIMA JÚNIOR et al., 2011).



**FIGURA 9.** Fatores que determina a escolha dos cortes de carne bovina pelos consumidores do município de Ananindeua - PA em março de 2021.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa.



**FIGURA 10.** Atributos relevantes da carne bovina na hora da compra por consumidores do município de Ananindeua - PA em março de 2021.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da pesquisa

## ANAIS

### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A carne bovina é um alimento amplamente consumido pelos moradores da cidade de Ananindeua- PA, no entanto, a maioria dos consumidores possuem pouco conhecimento sobre os cortes cárneos bovinos disponíveis. Assim, o trabalho evidencia a oportunidade do mercado em utilizar ações de marketing para contribuir com o aumento do consumo de carne bovina.

### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, D. S. et al. Perfil dos consumidores da carne de sol comercializada nos municípios de Caicó e Currais Novos. **Revista Acta Veterinária Brasileira**, v. 4, p. 211–302, 2012.

ANUALPEC. **Anuário da Pecuária Brasileira**. 20. ed. Instituto FNP. 2019.

BARCELLOS, J. O. J. et al. **Bovinocultura de corte: cadeia produtiva & sistemas de produção**. Guaíba: Agrolivros, 2019. p. 304.

BORGES, C. B.; NETO, T. B. N.; CAVALCANTE, J. M. M. Perfil do consumidor de carne bovina no município de Uruçuí-PI. **PUBVET**, v. 14, n. 3, p.1-9, 2020.

BRISOLA, M. V.; CASTRO, A. M. G. Sintonia da informação sobre as preferências dos consumidores de carne bovina entre os agentes da cadeia de produção no Distrito Federal. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 7, n. 3, p. 370–381, 2005.

DIAS, L. D. B. et al. Estudo sobre o padrão de consumo da carne bovina na cidade de Campo Grande, MS, Brasil. **Boletim de Indústria Animal**, v. 2, n. 2, p. 148–154, 2015.

DINIZ, W. J. S. et al. Perfil do consumidor e sua percepção sobre os aspectos higiênicos da comercialização de carnes em feiras livres. **Revista Acta Veterinária Brasileira**, v. 6, p. 223-229, 2012.

EIRAS, C. E. et al. Effects of cottonseed hull levels in the diet and ageing time on visual and sensory meat acceptability from young bulls finished in feedlot. **Animal**, v. 11, n. 3, p. 529-537, 2017.

GUERRERO, A. et al. Consumer acceptability of beef from two sexes supplemented with essential oil mix. **Animal Production Science**, v. 58, n. 9, 2018.

IBGE - Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística. Censo Demográfico. 2019. Disponível em: < <https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/200> >. Acesso em: 25 de março 2021.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice do Brasil 2014. p. 800.



## ANAIS

LIMA JÚNIOR, D. M. et al. Alguns aspectos qualitativos da carne bovina: uma revisão. **Acta Veterinária Brasília**, v. 5, n. 4, p. 351–358, 2012.

MALAFAIA, G. C.; AZEVEDO, D. B.; BARCELLOS, J. O. J. Terroir, empreendedorismo e mecanismos de coordenação na pecuária de corte. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v. 40, p.213-221, 2011.

MUCHENJE, V. et al. Some biochemical aspects pertaining to beef eating quality and consumer health: a review. **Food chemistry**, v. 112, p. 279-289, 2009.

NASCIMENTO, J. et al. 2018. Perfil do consumidor de carnes do Alto Pantanal Sul-mato-grossense. **Revista Acadêmica: Ciência Animal**, v. 16, p. 1-9, 2018.

OLIVEIRA, E.C.D. et al. Perfil do Consumidor de Carne Bovina na Região Metropolitana de Parintins-AM. In.: VII Congresso Norte Nordeste de Pesquisa e Inovação, 2012. Palmas, **Anais...Palmas-Tocantins**, 2012.

PORTO, R. G.; KOHLS, V. K.; RIGATTO, P. Perfil e hábitos do consumidor final de carnes em Pelotas - RS. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 12, p. 691-710, 2006.

TRAVASSOS, G. F.; COELHO, A. B. Padrão de Substituição entre Carnes no Consumo Domiciliar do Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 55, n. 2, p. 285-304, 2017.