

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE ENGENHARIAS, CIÊNCIAS AGRÁRIAS E DE TECNOLOGIAS
DEPARTAMENTO DE ZOOTECNIA

MICHELE NEVERTH

O PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE VERMELHA NO BRASIL EM 2021

PONTA GROSSA

2022

MICHELE NEIVERTH

O PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE VERMELHA NO BRASIL EM 2021

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de bacharel em Zootecnia da Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Zootecnia.

Orientadora: Profa. Dra. Fabiana Alves de Almeida.

PONTA GROSSA

2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

MICHELE NEIVERTH

O PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE VERMELHA NO BRASIL EM 2021

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de grau pretendido na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Zootecnia

Ponta Grossa, 23 de março de 2022.

Profa. Dra. Fabiana Alves de Almeida

Orientadora – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dr. Victor Breno Pedrosa

Membro da banca – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profa. Dra. Nátali Maidl de Souza

Membro da banca – Universidade Estadual de Ponta Grossa

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter colocado pessoas incríveis em meu caminho, as quais tornaram-se uma inspiração para mim, além de fazer novas amizades.

A minha família, em especial ao meu pai que sempre acreditou em mim e me apoiou incondicionalmente nesta jornada.

A todos os professores que compartilharam seus conhecimentos e experiências, contribuindo com a minha formação profissional e pessoal.

Aos membros da banca, Nátali Maidl de Souza e Victor Breno Pedrosa.

A minha orientadora, Fabiana Alves de Almeida, por todos os ensinamentos.

A UEPG pela oportunidade de estudo e vivência.

RESUMO

Com a evolução e o passar dos anos, os humanos foram adaptando-se a consumir grandes quantidades de carne vermelha. O consumo moderado de carne vermelha auxilia a suprir os nutrientes essenciais que são necessários à saúde humana, sendo ela uma excelente fonte de minerais e vitaminas. Estudos indicam que o sexo, idade, condição social (renda), religião, estilo de vida e outros, influenciam no consumo de carne vermelha. Além das características citadas acima, a região e Estado da Federação onde a pessoa reside, também podem influenciar no consumo. O objetivo do presente trabalho é avaliar o consumo de carne vermelha, o perfil do consumidor e a sua satisfação com o produto ofertado. A avaliação foi através de questionário (Google Forms), que constou de 23 perguntas sobre o consumo de carne, o perfil do consumidor e a sua satisfação com o produto ofertado, no formato de pesquisa de opinião. O questionário foi enviado via e-mail e aplicativo de mensagem para os entrevistados e também disponibilizado nas redes sociais da autora para divulgação e para facilitar o acesso dos interessados em preenchê-lo. Os dados foram submetidos à análise descritiva utilizando o Microsoft Office Excel. De acordo com a presente pesquisa, a carne vermelha é a proteína animal mais consumida. Apesar de a maioria das pessoas que responderam o questionário serem do sexo feminino, o sexo masculino é quem mais consome carne vermelha. As principais formas de preparo são churrasco (masculino), cozida e frita (feminino). O preço ainda é um dos atributos que mais se leva em consideração na hora da aquisição da carne vermelha, principalmente pelas pessoas que possuem menor renda familiar. E mesmo com a crescente preocupação com o bem estar animal, a origem da carne e a composição nutricional, a maioria das pessoas não está disposta a pagar mais por este tipo de produto, principalmente o sexo masculino.

Palavras-Chave: Carne; Consumo; Costume; Qualidade

ABSTRACT

Over the years, humans have adapted to consume large amounts of red meat. Moderate consumption of red meat helps to supply the essential nutrients that are necessary for human health, being an excellent source of minerals and vitamins. Studies indicate that sex, age, social status, religion, lifestyle and others, influence the consumption of red meat. In addition to the characteristics mentioned above, the region and state of the federation where the person resides can also influence consumption. The objective of the present work is to evaluate the consumption of red meat, the profile of the consumer and their satisfaction with the product offered. The evaluation was done through a form (Google Forms), which consisted of 23 questions about meat consumption, consumer profile and their satisfaction with the product offered, in the form of an opinion survey. The form was sent via e-mail and message app to the interviewees and also made available on the author's social networks for dissemination and to facilitate access by those interested in filling it out. Data were subjected to descriptive analysis using Microsoft Office Excel. According to the present research, red meat is the most consumed animal protein. Although most of the people who answered the form were female, the male sex is the one who consumes the most red meat. The main forms of preparation are barbecue (male), boiled and fried (female). Price is still one of the attributes that is most taken into account when purchasing red meat, especially for people with lower family incomes. Most people are not willing to pay more for this type of product, especially men.

Keywords: Beef; Consumption; Custom; Quality

ANEXOS

ANEXO 1 – Descrição do objetivo do questionário, identificação do indivíduo, perguntas sobre o consumo e satisfação do consumidor de carne.....	35
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Percentual de pessoas que responderam o questionário de pesquisa, categorizadas por gênero (A) e por idade (B).....	14
GRÁFICO 2 - Percentual de pessoas que responderam o questionário de pesquisa categorizadas pela renda familiar.....	15
GRÁFICO 3 - Percentual de pessoas que responderam o questionário de pesquisa categorizadas pela escolaridade.....	16
GRÁFICO 4 - Proteína de origem animal mais consumida pelas pessoas que responderam o questionário.....	17
GRÁFICO 5 - Proteína de origem animal mais consumida, de acordo com a renda.....	18
GRÁFICO 6 - Proteína de origem animal mais consumida, de acordo com o gênero.....	19
GRÁFICO 7 - Frequência de consumo de carne vermelha (bovina, suína, ovina e/ou caprina, geral (A) e por gênero (B).....	20
GRÁFICO 8 - Frequência de consumo de carne vermelha (bovina, suína, ovina e/ou caprina), de acordo com a renda (A) e nível de escolaridade (B).....	21
GRÁFICO 9 - Fatores que influenciam no consumo de carne vermelha. As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.....	22
GRÁFICO 10 - Fatores que influenciam no consumo de carne vermelha, de acordo com a renda (A) e escolaridade (B). As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.....	23
GRÁFICO 11 - Fatores considerados na hora da compra. As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.....	24
GRÁFICO 12 - Fatores considerados na hora da compra, de acordo com a renda. As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.....	24
GRÁFICO 13 - Motivos para não consumir carne vermelha. As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.....	25
GRÁFICO 14 - Meios de aquisição de carne vermelha, geral (A), por gênero (B). As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.....	26
GRÁFICO 15 - Principais formas de preparo da carne vermelha, geral (A) e por gênero (B). As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.....	29

GRÁFICO 16 - O bem estar animal é fator importante na compra da carne vermelha.....30

GRÁFICO 17 - Importância da carne adquirida ser proveniente de frigoríficos que realizam o abate humanitário.....30

GRÁFICO 18 - A origem da carne (rastreabilidade) é fator importante na compra da carne vermelha.....31

GRÁFICO 19 - Importância da carne vermelha possuir a composição nutricional modificada, de acordo com o gênero.....31

GRÁFICO 20 - Disposição a pagar mais pela carne que teve sua composição nutricional modificada se tornando mais saudável, de acordo com o gênero.....32

LISTAS DE TABELAS

TABELA 1 – Nível de satisfação com a qualidade da carne vermelha oferecida nos açougues, restaurantes e churrascarias, supermercados e diretamente com o produtor, em valor absoluto.....	28
---	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. MATERIAL E MÉTODOS	12
2.1 QUESTIONÁRIO DE PESQUISA.....	13
2.2 TABULAÇÃO DOS DADOS.....	13
2.3 ANÁLISE ESTATÍSTICA.....	13
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO	14
4. CONCLUSÃO	33
5. REFERÊNCIAS	33
6. ANEXOS	35

1. INTRODUÇÃO

Com a evolução e o passar dos anos, os humanos foram adaptando-se a consumir grandes quantidades de carne vermelha (MANN, 2000). E o consumo de carne está relacionado a questões como saúde, nutrição e alimento seguro.

O consumo moderado de carne vermelha auxilia a suprir os nutrientes essenciais que são necessários à saúde humana, sendo ela uma excelente fonte de ferro (ferro heme), zinco, fósforo, potássio, além de colaborar na absorção de selênio e cobre. A carne vermelha ainda é fonte de vitaminas, principalmente as do complexo B, como a B12 e a B9, porém não expressa grandes quantidades de vitaminas lipossolúveis A, D, E e K e a vitamina hidrossolúvel C (COSGROVE; FLYNN; KIELY, 2005; DAVEY; SPENCER; APPLEBY, 2003; BRIDI, 2014).

O consumo da carne pode ser influenciado por vários fatores: pessoais, situações, interação de situações com fatores pessoais, alterações de personalidade, fatores socioeconômicos e sexo (KUBBEROD et al., 2002). Segundo estes mesmos autores, o consumo da carne vermelha tende a ser mais evitada em comparação a carne branca, principalmente para as mulheres, sendo associada a um alimento masculino.

Além dos fatores citados acima, o consumo está associado à disponibilidade de tipos diferentes de carne, costume, vontade, opção pessoal, religião, cultura, fatores sociodemográficos e socioeconômicos, questões políticas, preocupação com o meio ambiente (degradação e poluição) e com os animais (bem estar animal), idade: os jovens são mais abertos a dietas vegetarianas (PFEILER; EGLOFF, 2018a). Porém, de acordo com esses mesmos autores, os indivíduos mais jovens tendem a ingerir mais carne em relação aos mais velhos e os indivíduos com maior nível de educação apresentam maiores chances de não consumirem carne (dieta vegetariana), e os que consomem, ainda apresentam um consumo menor em relação a indivíduos com menor nível educacional.

No Brasil, em 2020, o consumo per capita de carne vermelha foi de 27,6 kg hab⁻¹ ano⁻¹, e a estimativa para 2021 estava estimada em 26,4 kg hab⁻¹ ano⁻¹ (CONAB, 2021). Schlindwein e Kassouf (2006) analisaram a influência de alguns fatores socioeconômicos e demográficos no consumo domiciliar de carnes no Brasil. Os autores constaram que a renda familiar exerce grande influência na probabilidade de consumo de carnes, ou seja, quanto maior a renda, maior o

consumo. A composição familiar também exerce influência, onde quanto maior o tamanho da família, maior será o consumo, e quando o chefe da família é o homem, maior é o consumo de carne se comparado a uma mulher. Comparando-se diferentes idades, os autores relataram que donas de casa mais velhas tendem a consumir mais carne vermelha em relação às mais jovens, além de que quanto maior o nível educacional das mulheres, menor é o consumo de carne vermelha.

O fator cultural também exerce influência, por exemplo, domicílios situados na região Sudeste apresentam menor consumo de carne bovina se comparado às demais regiões brasileiras. Porém, no caso da carne suína, os domicílios localizados na região Sul apresentaram maior consumo, seguido pelo Sudeste. Os autores também observaram que pessoas que residem no meio rural consomem mais carne vermelha do que quem reside no meio urbano (SCHLINDWEIN; KASSOUF, 2006).

Com o passar dos anos, o consumidor ficou mais exigente em qualidade, e vem em busca de carnes e produtos cárneos mais saudáveis, como carne vermelha magra e produtos à base dela com menores teores de colesterol, cloreto de sódio e nitrito, e um perfil de ácidos graxos de melhor qualidade, por exemplo, visando uma saúde melhor (BIESALSKI, 2005; SAQUETI *et al.* 2019). Além de ser crescente a preocupação da sociedade em relação a como esses animais foram criados, se foram bem tratados na fazenda e no frigorífico, respeitando o bem estar animal e seguindo as regras do abate humanitário. Mas uma pergunta surge: será que o consumidor brasileiro também tem essas preocupações? Ou ainda o preço da carne é o que determina o consumo? Nesse sentido, estudos que avaliam o perfil de consumidor de carne vermelha, se tornam cada vez mais auspiciosos. Por este motivo, o objetivo do presente trabalho é avaliar o consumo de carne vermelha, o perfil do consumidor e a sua satisfação com o produto ofertado.

2. MATERIAL E MÉTODOS

O Projeto de Pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP- UEPG), parecer nº 4.898.718.

2.1. Questionário de Pesquisa

A avaliação foi através de questionário de pesquisa, o qual tinha 23 perguntas sobre o consumo de carne, o perfil do consumidor e a sua satisfação com o produto ofertado, no formato de pesquisa de opinião, conforme normas da resolução 510/2016 (BRASIL, 2016). Para facilitar o envio e preenchimento optou-se por utilizar o questionário da plataforma Google Forms. No enunciado das perguntas, foi evitado o uso de expressões técnicas e de questões que pudessem induzir à resposta (LAGES, 2009). Antes da finalização do questionário de pesquisa, as perguntas foram submetidas a um teste com 20 pessoas, a partir das respostas foi verificado que eram necessários alguns ajustes nas perguntas para evitar a ambiguidade.

2.2. Tabulação dos dados

O questionário foi enviado via e-mail e aplicativo de mensagem para os entrevistados e também disponibilizado nas redes sociais da autora para divulgação e para facilitar o acesso dos interessados em preenchê-lo. Desta forma, pessoas de outros Estados tiveram acesso e preencheram o questionário de pesquisa. Por este motivo, nos resultados, foi realizada uma compilação das respostas recebidas, porém devido à baixa quantidade de respostas, não foi possível fazer a separação por cidade, região ou por Estado. Foram avaliadas somente as respostas de pessoas maiores de 18 anos de idade. Estipulou-se o prazo de 60 dias para recebimento das respostas, após esse período os dados foram tabulados como se segue:

a) separação por gênero: feminino, masculino e outro.

b) separação por escolaridade (nível de instrução): até a 4ª série do ensino fundamental; ensino fundamental incompleto; ensino fundamental; ensino médio incompleto; ensino médio; ensino médio e técnico; graduação, pós-graduação.

c) separação por renda familiar: até 1 salário mínimo; de 1 a 3 salários mínimos; de 3 a 5 salários mínimos; de 5 a 10 salários mínimos; mais que 10 salários mínimos.

d) geral: sem separação por categorias.

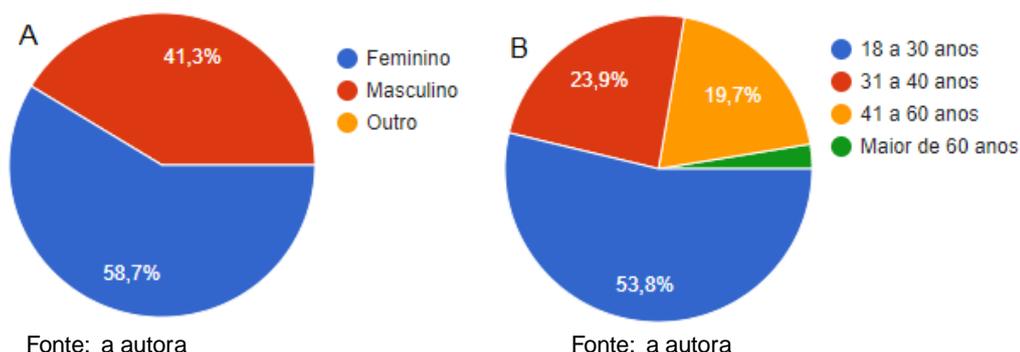
2.3. Análise estatística

Os dados foram submetidos à análise descritiva utilizando o Microsoft Office Excel. Estas foram separadas por gênero, escolaridade, renda familiar e geral. Optou-se principalmente para as categorias: gênero, escolaridade e renda familiar, por utilizar os valores em porcentagem, pois os valores absolutos poderiam não mostrar a realidade ou serem superestimados, uma vez que obtivemos grande número de respostas de pessoas do sexo feminino entre 18 e 30 anos com renda familiar de 1 a 3 salários-mínimos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

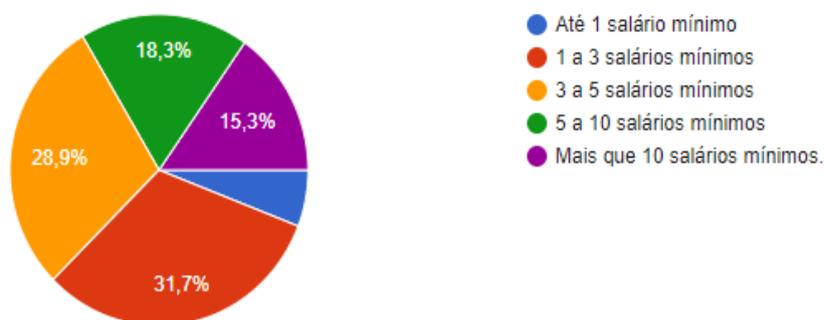
O questionário obteve 411 respostas, destas 243 pessoas (58,70%) eram do sexo feminino e 168 pessoas (41,30%) do sexo masculino (Gráfico 1- A). A maior porcentagem de mulheres pode ser devido a elas estarem mais conectadas as redes sociais que os homens. Em relação à idade, esta variou de 18 a 60 anos, sendo que 53,80% tinham entre 18 a 30 anos, 23,90% de 31 a 40 anos, 19,70% de 41 a 60 anos e 2,60% mais de 60 anos (Gráfico 1- B). De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD), o número de mulheres no Brasil é maior que o de homens, sendo 51,8% de pessoas do sexo feminino e 48,2% do sexo masculino (IBGE, 2019) situação que pode estar relacionada com os percentuais observados. Além disso, o fato de o questionário ter sido enviado on-line, pode ter favorecido a maior participação de pessoas mais jovens, embora este perfil esteja mudando com uma maior participação de pessoas com idade mais elevada utilizando os aplicativos de comunicação on-line com o passar dos anos.

GRÁFICO 1 - Percentual de pessoas que responderam o questionário de pesquisa, categorizadas por sexo (A) e por idade (B).



Das pessoas que responderam o formulário, 5,80% recebiam até 1 salário mínimo, 31,70% de 1 a 3 salários mínimos, 28,90% de 3 a 5 salários mínimos, 18,30% de 5 a 10 salários mínimos, e 15,30% recebiam mais do que 10 salários mínimos (Gráfico 2). Essas porcentagens de até 1 salário mínimo e de 1 a 3 salários mínimos podem ser explicadas devido a maior parte das pessoas que responderam o questionário serem acadêmicos (estudantes), sendo que muitos moram com os pais ou moram fora e pagam aluguel, ganhando uma pensão dos pais ou bolsa para manterem-se. Já a porcentagem dos maiores salários pode ser devido ao nível maior de instrução, o qual tem como consequência um salário mais elevado.

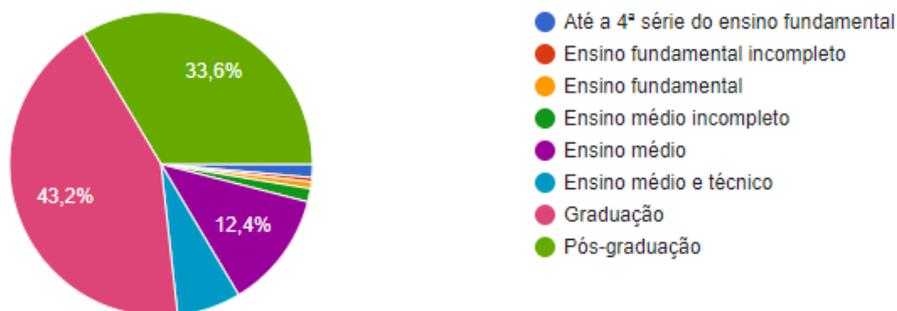
GRÁFICO 2 - Percentual de pessoas que responderam o questionário de pesquisa categorizadas pela renda familiar.



Fonte: a autora

De acordo com o nível de instrução, 1,40% tinham até a 4ª série do ensino fundamental, 0,50% ensino fundamental incompleto, 0,70% ensino fundamental, 1,40% ensino médio incompleto, 12,40% ensino médio, 6,80% ensino médio técnico, 43,20% graduação e 33,60% pós-graduação (Gráfico 3). Pode-se observar que a maioria das pessoas que responderam o questionário apresentam um nível educacional mais elevado, e quanto maior este nível, maior é o acesso a melhores oportunidades de trabalho, e conseqüentemente o salário será mais elevado.

GRÁFICO 3 - Percentual de pessoas que responderam o questionário de pesquisa categorizadas pela escolaridade.

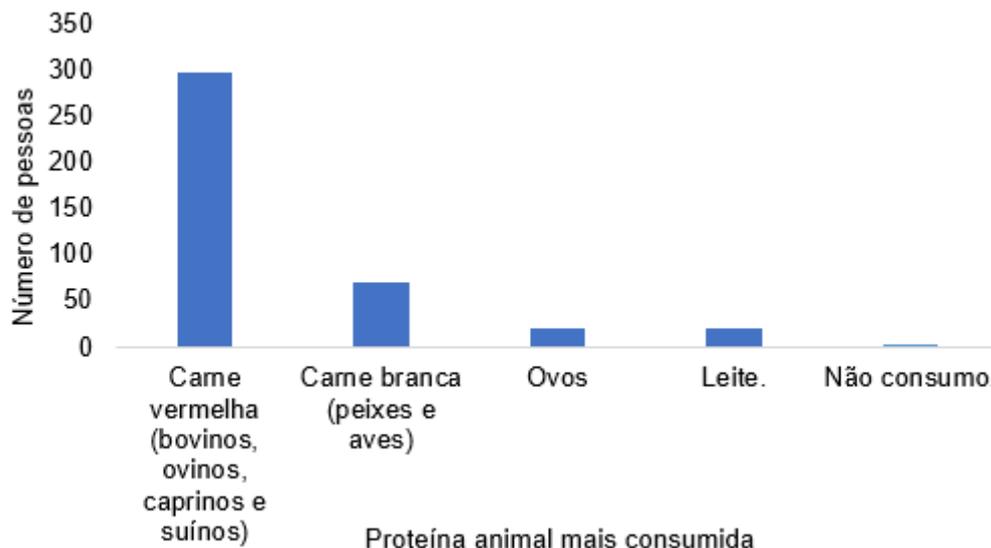


Fonte: a autora

Foram obtidas respostas dos 26 Estados e do Distrito Federal. Os Estados da Federação que mais enviaram respostas foram o Paraná, com 65,21%, seguido por São Paulo, com 15,33%, totalizando 80,54% das respostas, ficando 19,46% para as respostas de outros Estados. No Paraná, das 268 respostas, 120 respostas (44,77%) foram de Ponta Grossa, 49 respostas (18,28%) de Imbituva, 23 respostas (8,58%) de Castro, 12 respostas (4,48%) da Lapa e o restante (23,89%) eram de outras cidades do Estado.

Do total de pessoas que responderam o questionário (411), a maioria, 297 pessoas, disseram que a carne vermelha é a proteína animal mais consumida, seguida pela carne branca (71), leite (21) e ovos (20) e somente duas pessoas disseram não consumir proteína de origem animal (Gráfico 4). Este maior consumo de carne vermelha, pode ser devido à grande parte das pessoas apresentarem um salário mais elevado, além da questão cultural, costume e preferência pelo sabor desta proteína, entre outros.

GRÁFICO 4 - Proteína de origem animal mais consumida pelas pessoas que responderam o questionário.

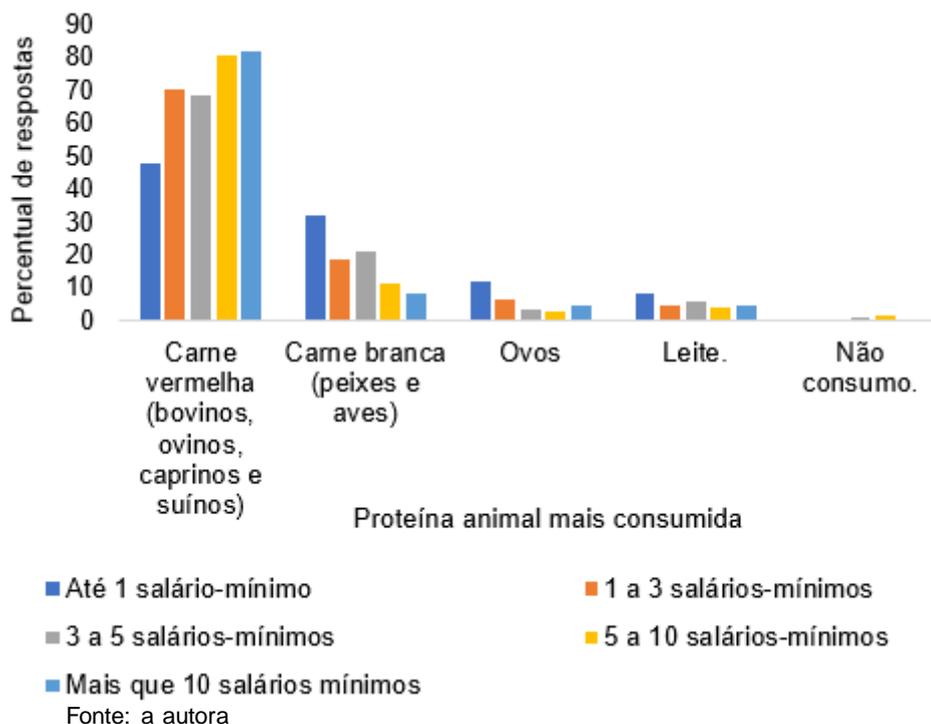


Fonte: a autora

De acordo com ABPA (2021) a proteína de origem animal está em 98,5% dos lares brasileiros. O produto mais consumido são os ovos e em seguida a carne de frango e a carne vermelha. Isso se deve principalmente à crise financeira que o país tem vivido nos últimos anos, agravado pela pandemia do SARS COV-19, o que fez aumentar o número de desempregados e consequentemente diminuiu o poder de compra da população. Com isso, as proteínas mais baratas, como o ovo e o frango, tendem a apresentar um aumento no consumo (ABPA, 2021), com queda no consumo da carne vermelha. Porém, as pessoas que responderam o questionário, disseram consumir mais carne vermelha do que ovos e carne branca.

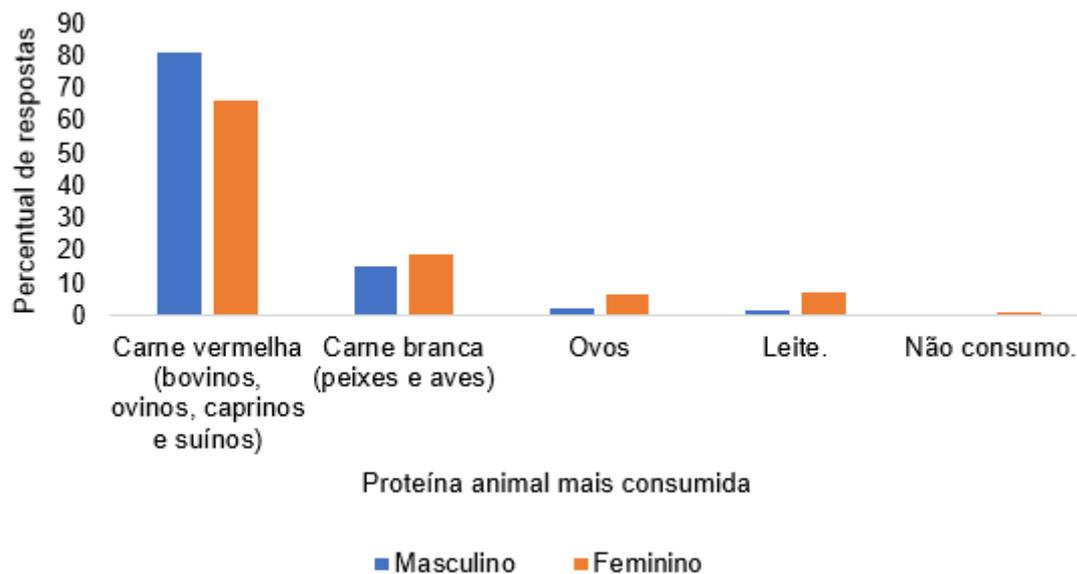
Quando se categorizam os resultados obtidos por renda familiar (Gráfico 5), a carne vermelha continua sendo a mais consumida, no entanto, nota-se que as pessoas que declararam receber até um salário-mínimo representam o menor percentual (48%), enquanto que as que recebem mais que 10 salários mínimos (81,97%), e de 5 a 10 salários mínimos (80,77%) foram a maioria. E quando se observa as respostas para consumo de carne branca (aves e peixes), ovos e leite, a maior porcentagem está para as pessoas de menor renda, principalmente as que recebem até 1 salário mínimo. O que está de acordo com o reportado por Schindwein e Kassouf (2006) que analisaram a influência de alguns fatores socioeconômicos e demográficos no consumo domiciliar de carnes no Brasil e constaram que a renda familiar exerce grande influência na probabilidade de consumo de carnes, ou seja, quanto maior a renda, maior o consumo.

GRÁFICO 5 - Proteína de origem animal mais consumida, de acordo com a renda.



A carne vermelha é a proteína animal mais consumida por 80,95% dos homens, e 66,25% das mulheres que responderam o questionário (Gráfico 6). Já em relação a carne branca, leite e ovos, as mulheres são as maiores consumidoras, com 18,93%, 7,41% e 6,58%, respectivamente. Dos homens que responderam o formulário 14,88% consomem carne branca, 2,38% ovos e 1,75% consomem leite (Gráfico 6). Apenas duas pessoas, ambas do sexo feminino, disseram não consumir proteína de origem animal. Este maior consumo de carne vermelha pode ter ocorrido devido a questões culturais, costume, preferência pelo sabor, ser os pais que escolhem o cardápio, consumo fora de casa (ex: restaurantes), dentre outros. Prim *et al.* (2010) relataram que homens consomem mais proteína animal do que mulheres. Isso tanto em quantidade, quanto em frequência. Segundo Kubberod *et al.* (2002) e Martins (2019), a carne vermelha pode desencadear maiores sentimentos negativos visualmente, principalmente para as mulheres, sendo associado a características masculinas como força, poder e virilidade.

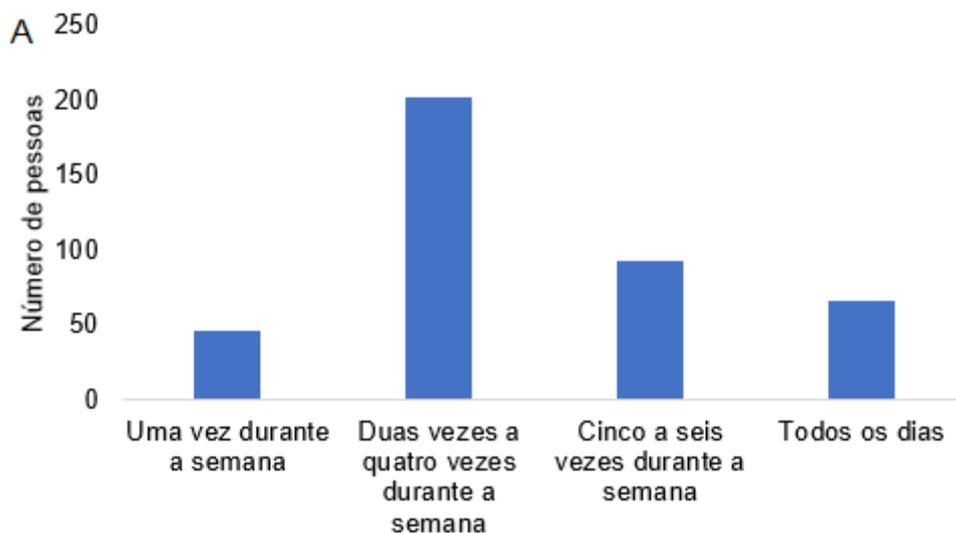
GRÁFICO 6 - Proteína de origem animal mais consumida, de acordo com o gênero.



Fonte: a autora

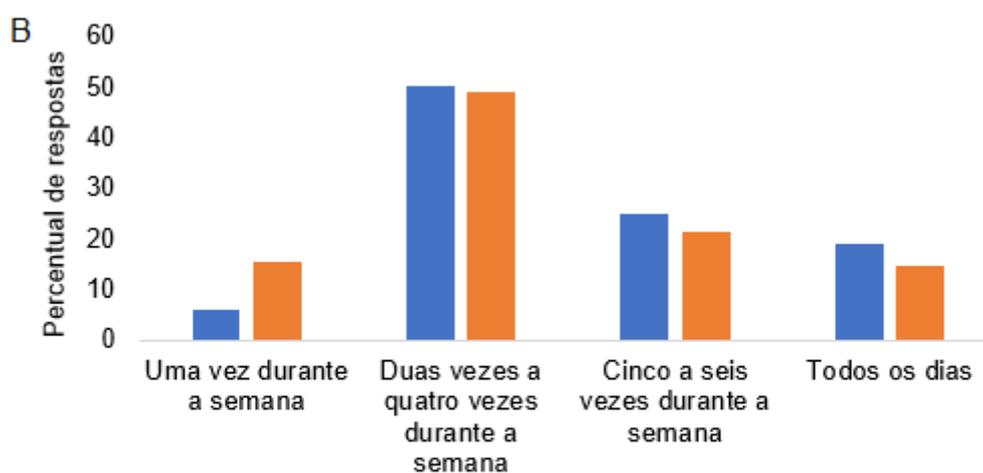
Das 409 pessoas que consomem proteína de origem animal, 202 consomem de duas a quatro vezes durante a semana, 93 consomem de cinco a seis vezes, 67 consomem todos os dias e 47 consomem apenas uma vez por semana (Gráfico 7- A). Interessante notar que as mulheres tendem a consumir menos vezes na semana, enquanto que um maior percentual de homens consomem carne todos os dias (Gráfico 7- B). O que pode ser explicado pelo menor consumo de carne vermelha pelas mulheres (Gráfico 6).

GRÁFICO 7 - Frequência de consumo de carne vermelha (bovina, suína, ovina e/ou caprina, geral (A) e por gênero (B).



Frequência de consumo de carne vermelha

Fonte: a autora



Frequência de consumo de carne vermelha

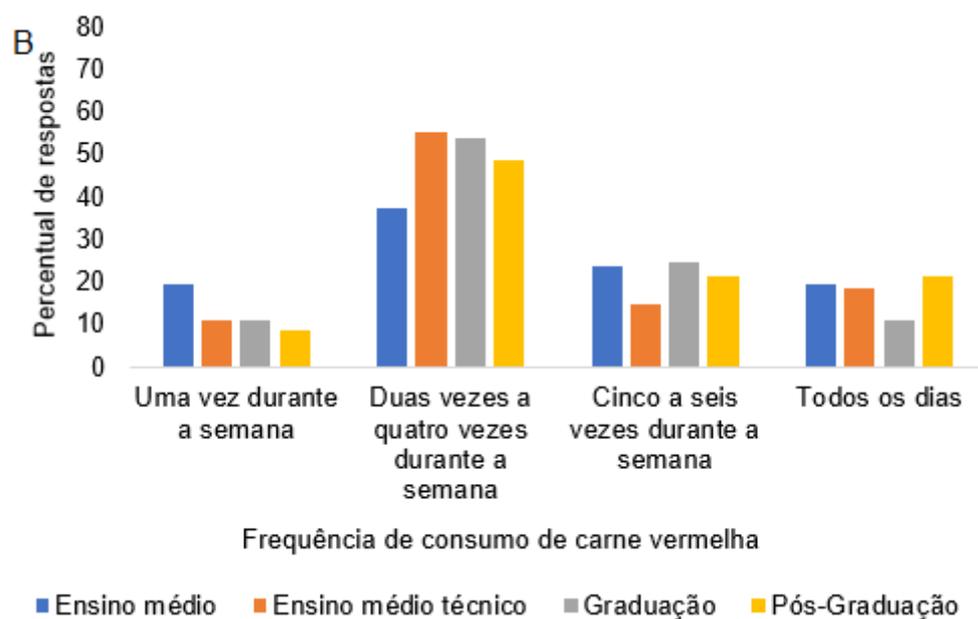
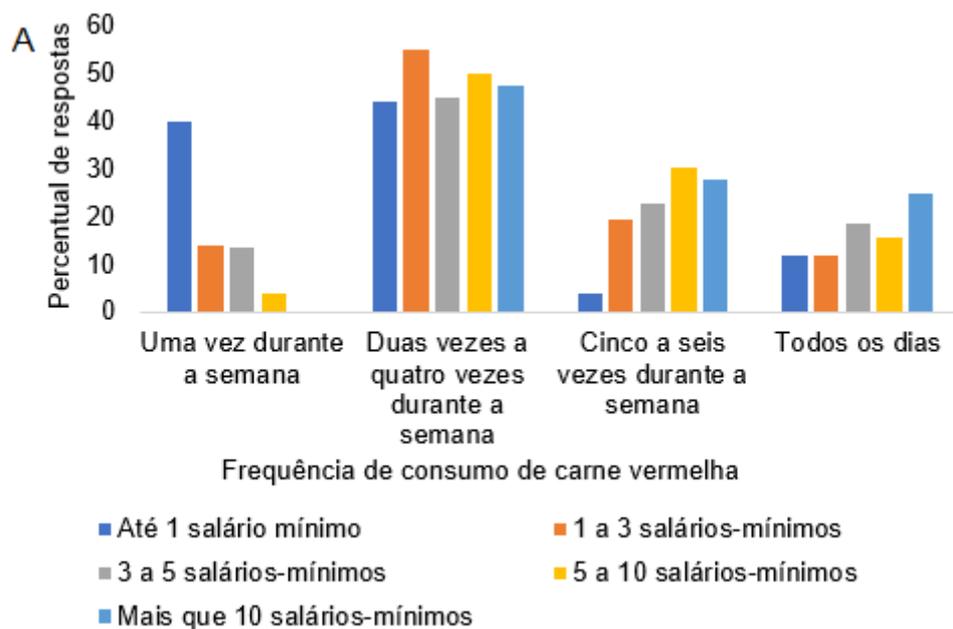
■ Masculino ■ Feminino

Fonte: a autora

Independente da renda familiar, assim como verificado nos gráficos anteriores, o maior consumo se dá de duas a quatro vezes por semana, seguido por cinco a seis vezes, todos os dias e uma vez por semana (Gráfico 8- A). Em todos os dias o maior consumo encontra-se nas pessoas de maior renda, mais que 10 salários mínimos (25%), 3 a 5 salários (19%), 5 a 10 salários (16%) e em apenas uma vez na semana o maior consumo foi para até 1 salário-mínimo (40%) de renda. O que confirma os achados anteriores, de que há influência da renda familiar no consumo de carne vermelha. Porém, o nível de instrução

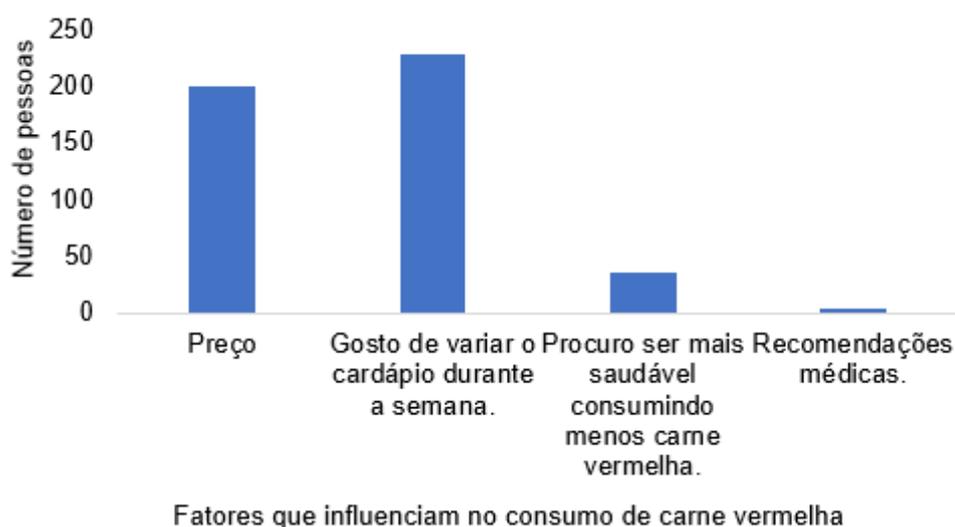
parece não influenciar na frequência de consumo de modo geral, embora as mulheres mais instruídas tendem a ter um consumo menor ou até nulo (Gráfico 8- B).

GRÁFICO 8 - Frequência de consumo de carne vermelha (bovina, suína, ovina e/ou caprina), de acordo com a renda (A) e nível de escolaridade (B).



Dentre os fatores que mais influenciam no consumo está a preferência em variar o cardápio durante a semana (228 respostas) e o preço (200 respostas), outros fatores como, dieta mais saudável consumindo menos carne vermelha (36 respostas), outros (20 respostas) e recomendações médicas (3 respostas) também foram assinaladas (Gráfico 9). Solomon *et al.* (2005); Medeiros *et al.* (2011); e França (2018) consideraram o preço como um dos fatores de maior impacto na decisão de compra da carne vermelha, e conseqüentemente do seu consumo, e quanto menor o preço maior será o poder de compra.

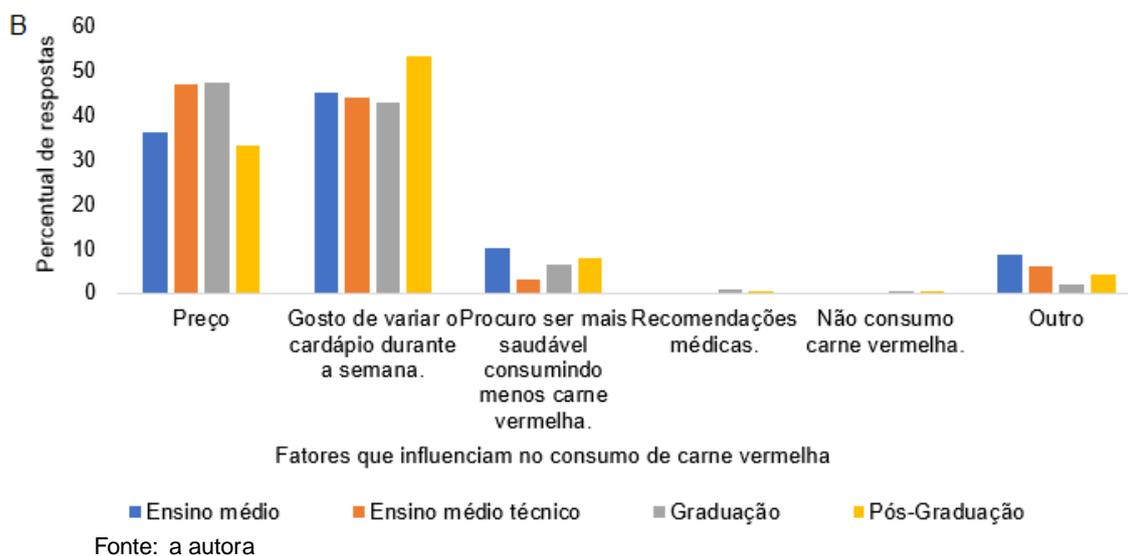
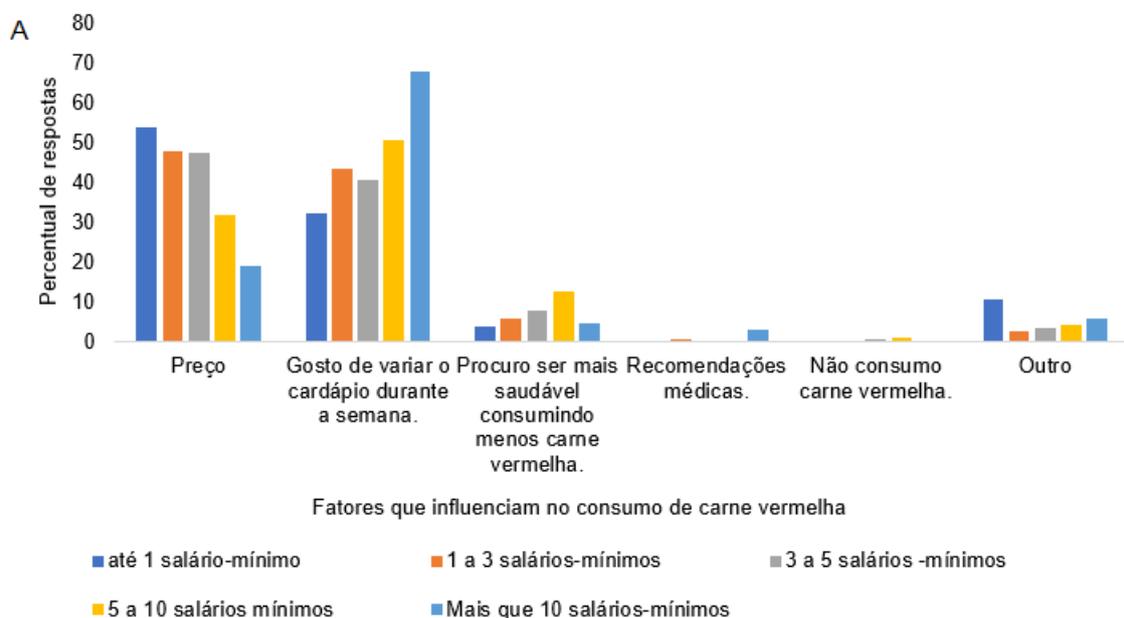
GRÁFICO 9 - Fatores que influenciam no consumo de carne vermelha. As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.



Fonte: a autora

O preço é um importante fator de decisão na compra de produtos alimentícios, e este tem mais importância para as pessoas que possuem renda de até 1 salário-mínimo (54%), quando comparado aos que recebem mais de 10 salários-mínimos (19%) (Gráfico 10- A). O mesmo é observado em relação ao nível de instrução, onde possui menor importância para as pessoas que possuem pós-graduação e maior importância para as que possuem graduação, ensino médio técnico e ensino médio (Gráfico 10 - B). O preço pode ser explicado devido a maioria das pessoas que responderam o questionário estarem em fase de profissionalização, não tendo renda fixa, e muitas vezes dependendo dos pais ou de bolsa para se manterem, além do impacto da pandemia do SARS COV-19.

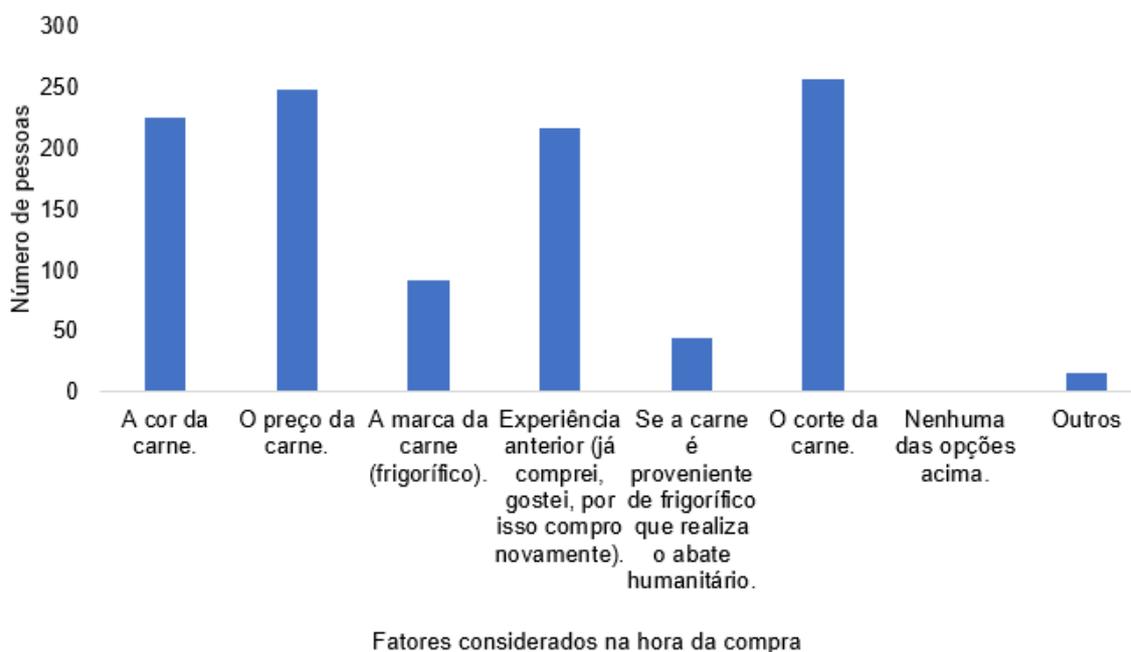
GRÁFICO 10 - Fatores que influenciam no consumo de carne vermelha, de acordo com a renda (A) ou escolaridade (B). As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.



Quando foi perguntado aos entrevistados, quais fatores eles mais consideravam na hora de comprar a carne, o preço foi o segundo mais indicado (249), sendo o principal motivo, o corte da carne (258) que provavelmente está associado ao hábito de consumo. A cor da carne e a experiência anterior também foram escolhidos com respectivamente, 225 e 217 respostas, enquanto que a

marca da carne e se a carne é proveniente de frigoríficos que realizam o abate humanitário tiveram apenas 92 e 45 respostas, respectivamente (Gráfico 11).

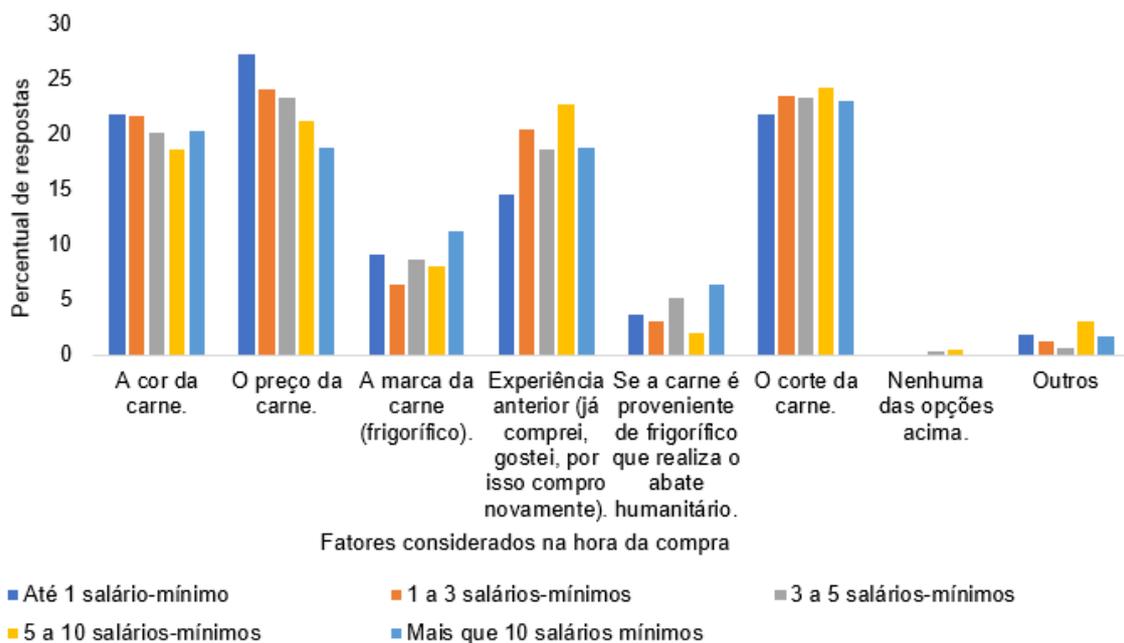
GRÁFICO 11 - Fatores considerados na hora da compra. As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.



Fonte: a autora

Em países mais desenvolvidos as questões relacionadas ao bem-estar animal e mais recentemente ao meio ambiente ganham força na escolha dos produtos que serão consumidos pelas famílias (PFEILER; EGLOFF, 2018a). No entanto, em países em desenvolvimento, como no caso do Brasil, questões econômicas e hábitos de consumo, ainda exercem maior poder de decisão na hora da compra (SCHLINDWEIN; KASSOUF, 2006). Principalmente para as pessoas com menor renda per capita, como mostrado no gráfico 12.

GRÁFICO 12 - Fatores considerados na hora da compra, de acordo com a renda. As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.



Fonte: a autora

O preço (51 respostas) também foi o segundo fator mais assinalado para motivos que fariam as pessoas não consumirem a carne vermelha (Gráfico 13). Porém, de modo geral, a maioria respondeu não haver motivos para não consumir o produto sendo alocadas em “Outro” (344).

GRÁFICO 13 - Motivos para não consumir carne vermelha. As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.

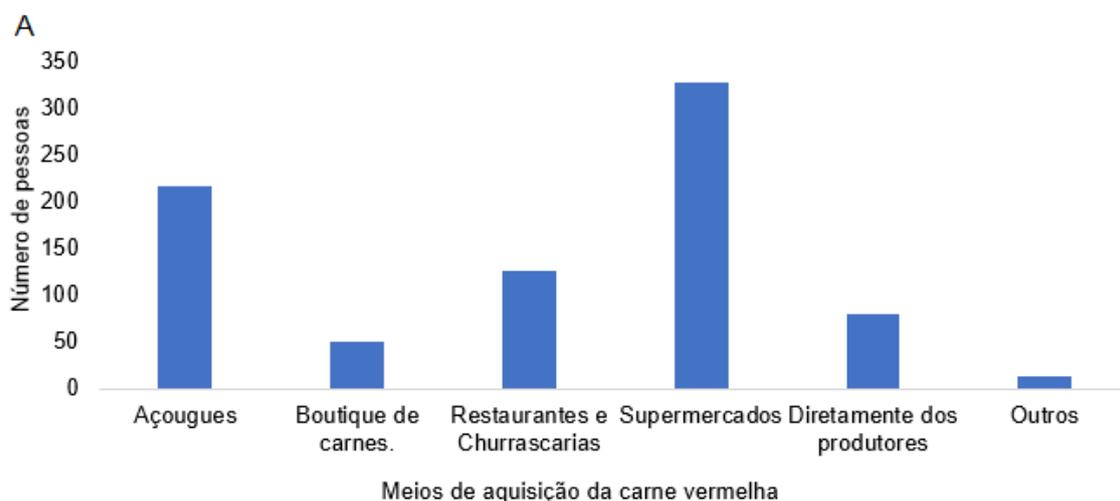


Fonte: a autora

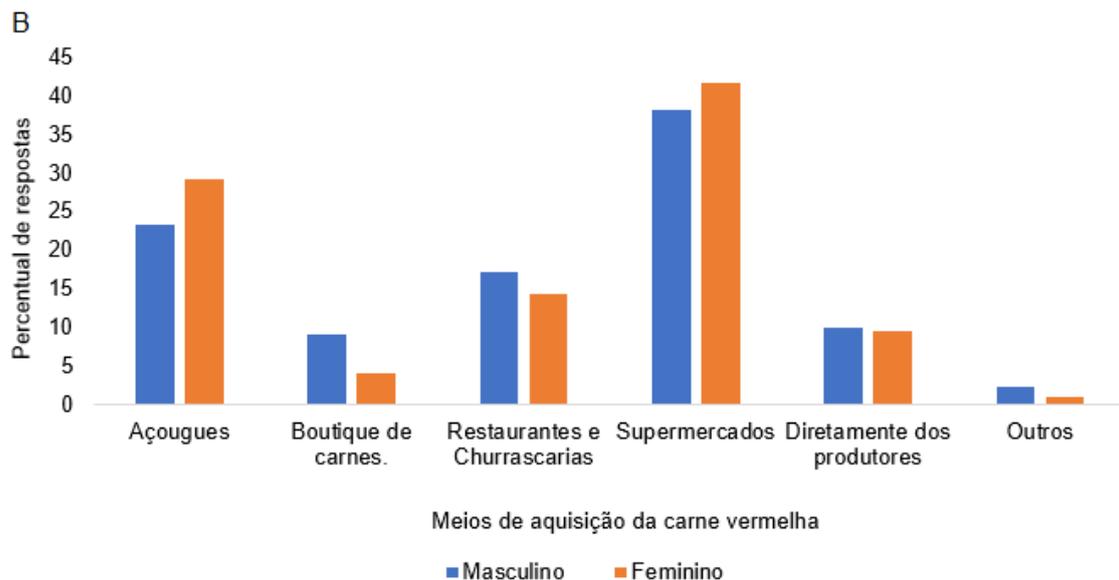
Os principais meios de aquisição da carne vermelha, de acordo com as pessoas que responderam o formulário são os supermercados (327) e açougues (217), com os outros meios de aquisição, restaurantes e churrascarias (127),

diretamente dos produtores (79), boutiques de carnes (50) e outros (13) apresentando menor relevância (Gráfico 14 - A). Na categorização por gênero, de modo geral, a maioria das pessoas adquirem carne de açougues e supermercados, já em relação a boutiques de carne e restaurantes e churrascarias, os homens apresentam a maior aquisição, se comparado às mulheres (Gráfico 14 - B), isto pode ser explicado devido aos homens serem responsáveis pelo cardápio nas festividades, como churrascos. Segundo Brizola e Castro (2005), Wagner (2014), e Pires (2015), os principais estabelecimentos de aquisição de carne são os supermercados e açougues. Brandão *et al.* (2010) observaram que açougues e boutiques, devido ao atendimento personalizado, apresentam maior procura em ocasiões especiais, como churrasco.

GRÁFICO 14 - Meios de aquisição de carne vermelha, geral (A), por gênero (B). As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.



Fonte: a autora



Fonte: a autora

A maioria das pessoas que adquirem a carne nos açougues encontram-se satisfeitas com a qualidade do produto, dando notas de 4 e 5; já nos restaurantes e churrascarias a maioria das respostas divergem entre satisfeitos, nota 4, e insatisfeitos, nota 1; nos supermercados os consumidores encontram-se satisfeitos, avaliando com nota 3 e 4; e por fim, diretamente com os produtores, onde também há divergências, na qual a maioria das pessoas encontram-se insatisfeitas, com nota 1, e em seguida satisfeitas, com nota 5. De modo geral, a maioria das pessoas denotam estar satisfeitas com o produto oferecido pelos estabelecimentos (Tabela 1).

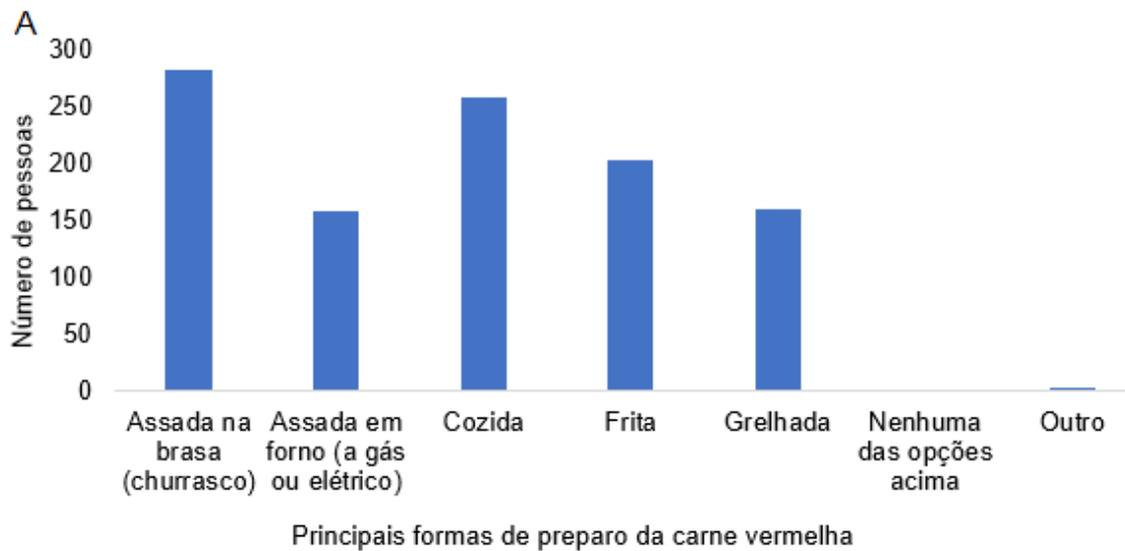
TABELA 1 – Nível de satisfação com a qualidade da carne vermelha oferecida nos açougues, restaurantes e churrascarias, supermercados e diretamente com o produtor, em porcentagem (%).

Parâmetro	Nota*				
	1	2	3	4	5
Açougues	21,90	1,95	14,59	36,01	25,55
Restaurantes e Churrascarias	24,57	2,92	19,47	36,01	17,03
Supermercados	8,03	9,25	37,46	36,01	9,25
Diretamente com o produtor	39,17	2,92	11,92	21,66	24,33

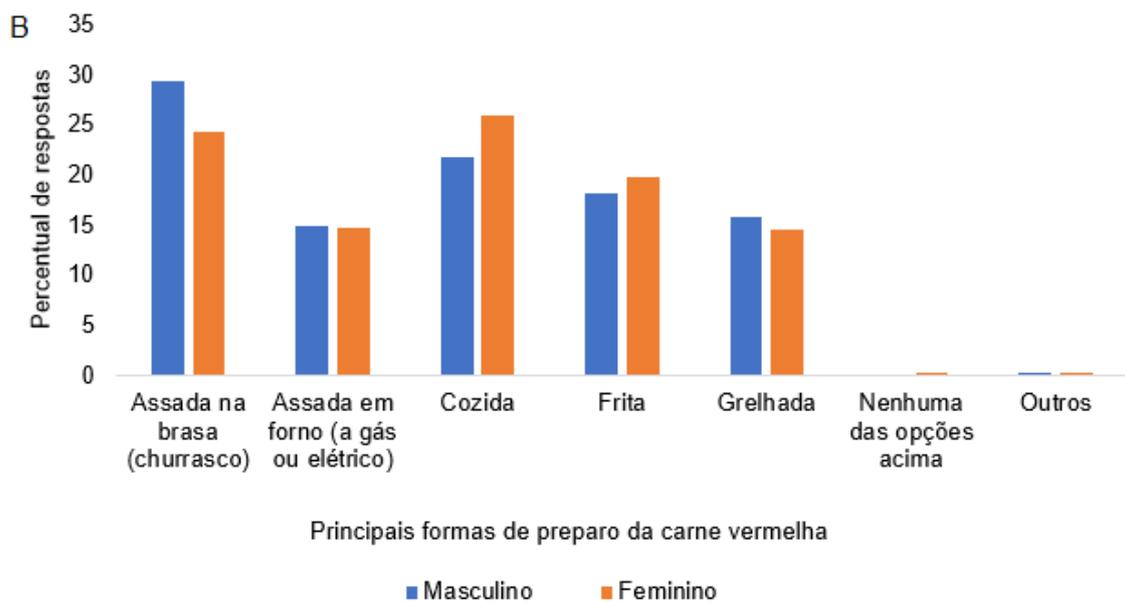
* As notas variaram de 1 a 5, sendo que as respostas próximas de 1 indica que o consumidor está muito insatisfeito e as próximas de 5 que o consumidor está muito satisfeito.

As principais formas de preparo da carne vermelha foram em ordem decrescente: assada na brasa (churrasco) com 281 respostas, cozida com 257 respostas, frita com 203 respostas, grelhada com 160 respostas e assada no forno com 157 respostas (Gráfico 15 - A). Os homens tendem a prepará-la assada na brasa, enquanto que as mulheres preferem cozida e frita, 29%, 26% e 20%, respectivamente (Gráfico 15 - B). Esses valores podem ser explicados devido a preferência pelo corte, sabor, preço, costume, alimentação dentro ou fora de casa (ex: restaurantes), quem escolhe e prepara o cardápio, sexo, entre outros.

GRÁFICO 15 - Principais formas de preparo da carne vermelha, geral (A) e por gênero (B). As pessoas poderiam escolher mais de uma resposta.



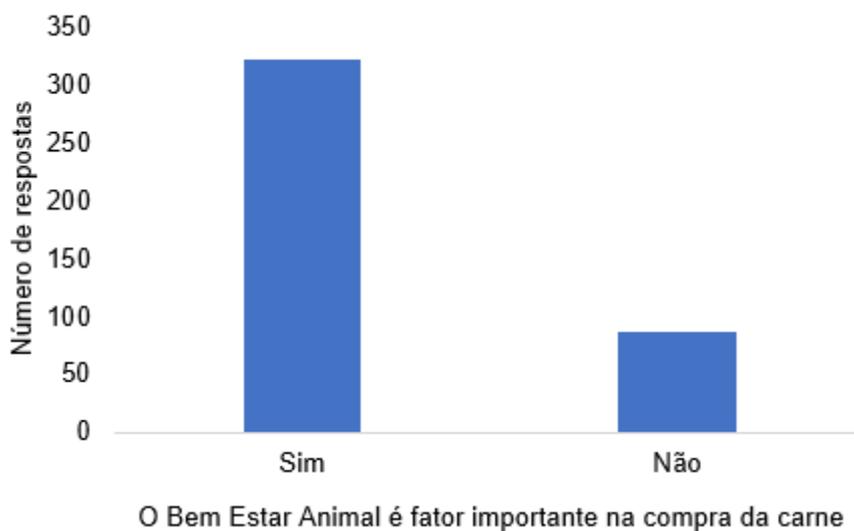
Fonte: a autora



Fonte: a autora

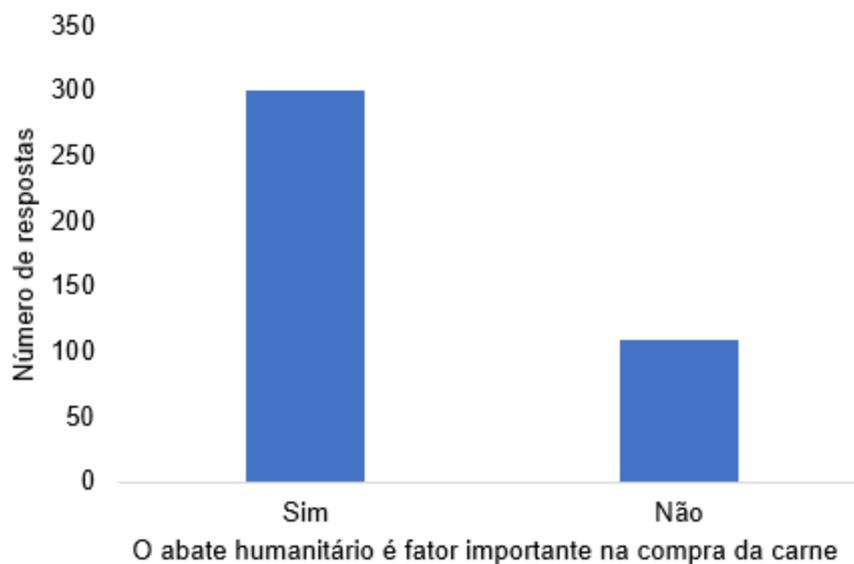
Mesmo que o fato do frigorífico realizar abate humanitário, não tenha sido um dos principais motivos para comprar a carne (Gráfico 11), a maioria das pessoas disseram que o bem estar animal na propriedade (Gráfico 16) e no frigorífico (Gráfico 17) são fatores relevantes na hora de comprar a carne, ou seja, isoladamente o bem estar animal é um fator importante, porém, junto com outros motivos de escolha (tipo de corte e preço) ele se torna menos importante.

GRÁFICO 16 - O bem estar animal é fator importante na compra da carne.



Fonte: a autora

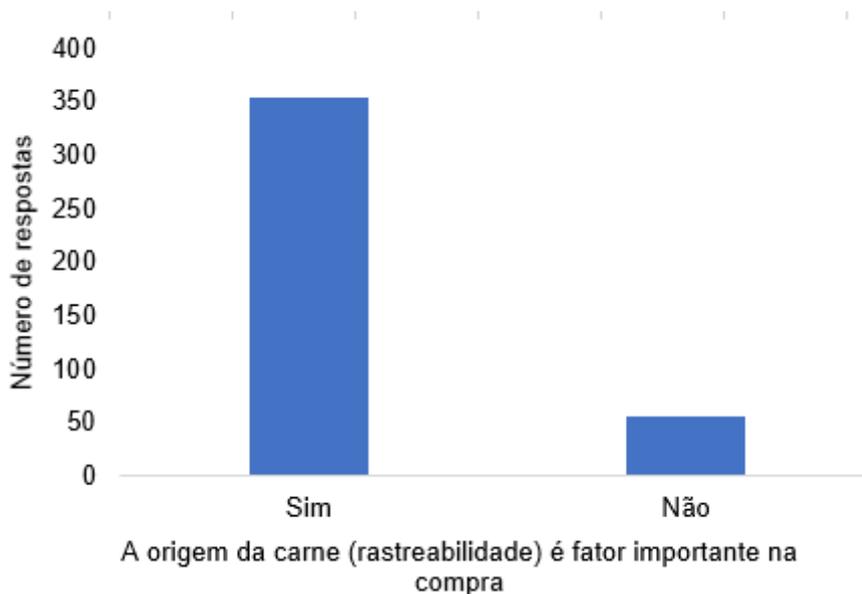
GRÁFICO 17 - Importância da carne adquirida ser proveniente de frigoríficos que realizam o abate humanitário.



Fonte: a autora

A maioria das pessoas que responderam o formulário (354) consideram importante saber a origem da carne (rastreabilidade) no momento da compra (Gráfico 18). Esta está sendo uma preocupação crescente na sociedade, a qual está cada vez mais preocupada com a origem e a qualidade do produto que leva para casa.

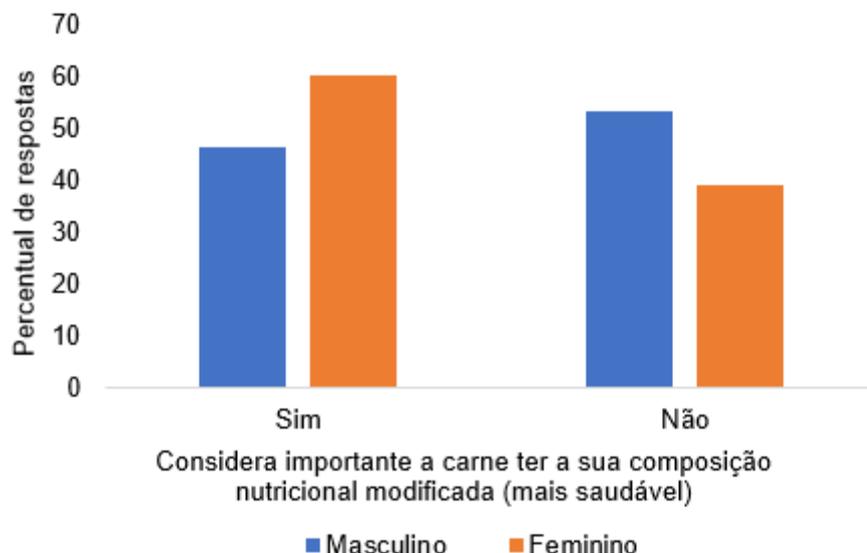
GRÁFICO 18 - A origem da carne (rastreabilidade) é fator importante na compra da carne vermelha.



Fonte: a autora

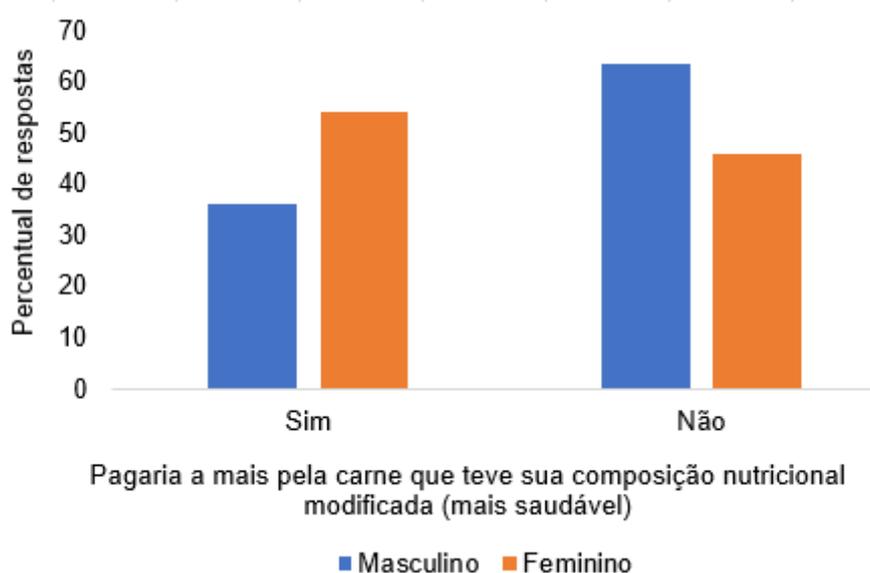
Enquanto que em relação a composição nutricional da carne, esta seria mais importante para as mulheres do que para os homens, com 60,58% e 46,42%, respectivamente (Gráfico 19). Elas também estariam mais dispostas a pagar a mais por esse produto (Gráfico 20). Isto deve-se às mulheres apresentarem maiores preocupações com a saúde e com aspecto físico, se comparado a maioria dos homens.

GRÁFICO 19 - Importância da carne vermelha possuir a composição nutricional modificada, de acordo com o gênero.



Fonte: a autora

GRÁFICO 20 - Disposição a pagar mais pela carne que teve sua composição nutricional modificada se tornando mais saudável, de acordo com o gênero.



Fonte: a autora

Kallas *et al.* (2014) constataram em pesquisa realizada na Espanha que os consumidores ao verem três embalagens, cada uma contendo um bife de carne, um não tinha gordura e era mais barato, outro tinha um pouco de gordura em volta e era de valor intermediário e o terceiro tinha, além da gordura em volta, gordura entremeada e era mais caro, a maioria dos consumidores escolheram a carne magra e de menor valor. Porém, quando foi colocada uma etiqueta informando que a carne com gordura entremeada e que custava mais, tinha

ômega 3 e maior quantidade de ácido linoleico conjugado e por isso era mais saudável, a maior preferência foi por essa carne. Ou seja, o que se pode interpretar dos dados demonstrados nos gráficos 16 a 20 é que, muitas vezes o que falta é informação clara, se estiver na embalagem do produto um código para rastreamento, um selo de bem-estar, qual nutriente a carne foi enriquecida e qual o benefício, quem se preocupa e tem condições de comprar, pode ter maior propensão de levar o produto para casa.

4. CONCLUSÃO

Os homens consomem mais carne vermelha e com maior frequência do que as mulheres e o preço e o hábito (tipo de corte) ainda são uns dos atributos que mais se leva em consideração na hora da aquisição da carne vermelha, principalmente pelas pessoas que possuem menor renda familiar. E mesmo com a crescente preocupação com o bem estar animal, a origem da carne (rastreadibilidade), e a qualidade em relação a composição nutricional, tornando-a mais saudável, a maioria das pessoas não está disposta a pagar mais por este tipo de produto, principalmente o sexo masculino. De modo geral, a maioria das pessoas denotam estar satisfeitas com o produto (carne vermelha) oferecido pelos estabelecimentos.

5.REFERÊNCIAS

ABPA 2021. **Pesquisa da ABPA aponta consumo de proteína animal em 98,5% dos lares.** Disponível em: <<https://abpa-br.org/pesquisa-da-abpa-aponta-consumo-de-proteina-animal-em-985-dos-lares/>> Acesso em: 03 fev. 2022.

BIESALSKI, H. K. Meat as a component of a healthy diet. Are there any risks or benefits if meat is avoided in the diet?. **Meat Science**, v. 70, p.509–524, 2005.

BRANDÃO, F. S.; WINCKLER, N. C.; MACHADO, J. A. D. **Processo decisório da rastreabilidade da carne bovina brasileira.** Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Campo Grande, 2010.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. [Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais cujos procedimentos metodológicos envolvam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes ou de informações identificáveis ou que possam acarretar riscos maiores do que os existentes na vida cotidiana, na forma definida nesta Resolução]. Diário Oficial da União, 24 maio, 2016. Seção 1, p.44-46.

BRIDI, A. M. **Consumo de carne bovina e saúde humana: convergências e divergências**. Salvador: EDUFBA, 2014.

BRISOLA, M.V., CASTRO, A. M. G. **Preferências do consumidor de carne bovina do Distrito Federal pelo ponto de compra e pelo produto adquirido**. Artigo - administração rural e agroindustrial. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 81-99, 2005.

CONAB. **Quadros de suprimentos de carnes - Abril, 2021**. 1 ed. Brasília: Companhia Nacional de Abastecimento, 2021.

COSGROVE, M.; FLYNN, A.; KIELY, M. Consumption of red meat, white meat and processed meat in Irish adults in relation to dietary quality. **British Journal of Nutrition**, v. 93, p. 933–942, 2005.

DAVEY, G. K.; SPENCER, E. A.; APPLEBY, P. N. Lifestyle characteristics and nutrient intakes in a cohort of 33,883 meat-eaters and 31,546 non-meat-eaters in the UK. **Public Health Nutrition**, v. 6, n. 3, p. 259–269, 2003.

FRANÇA, A. D. O. **Perfil do consumidor de carne bovina do distrito federal**. Trabalho de conclusão de curso em Agronomia. Brasília: Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária - FAV, Universidade de Brasília – UnB, 2018.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Quantidade de Homens e Mulheres**. Disponível em < <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html> >. Acesso em 01 de fevereiro de 2022.

KALLAS, Z.; REALINI, C. E.; GIL, J. M. Health information impact on the relative importance of beef attributes including its enrichment with polyunsaturated fatty acids (omega-3 and conjugated linoleic acid). **Meat Science**, v. 97, p. 497–503, 2014.

KUBBEROD, E. *et al.* Attitudes towards meat and meat eating among adolescents in Norway: A qualitative study. **Appetite**, v. 38, p. 53-62, 2002.

LAGES, S. L. S. **Avaliação da população de cães e gatos com proprietário, e do nível de conhecimento sobre a raiva e posse responsável em duas áreas contrastantes da cidade de Jaboticabal, São Paulo**. 2009. Dissertação (Mestrado em Medicina Veterinária) - Universidade Estadual de São Paulo, Jaboticabal, 2009.

MANN, N. Dietary lean red meat and human evolution. **European Journal of Clinical Nutrition**, v. 39, p. 71–79, 2000.

MARTINS, D. S. **Consumo de carne bovina e a questão de gênero**. Trabalho de conclusão de curso em Nutrição. Universidade Federal de São Paulo. São Paulo, 2019.

MEDEIROS, H. S. *et al.* **Percepção dos consumidores em relação a prática de preços da carne in natura.** VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 2011.

PFEILER, T. M.; EGLOFF, B. Examining the “Veggie” personality: Results of a representative German sample. **Appetite**, v. 120, p. 246-255, 2018a.

PFEILER, T. M.; EGLOFF, B. Personality and attitudinal correlates of meat consumption: Results of two representative German samples. **Appetite**, v. 121, p. 294-301, 2018b.

PIRES, H. V. **Preferências dos consumidores de carne: um enfoque na cidade de Florianópolis - SC.** Universidade Federal de Santa Catarina. Trabalho de Conclusão de Curso em Zootecnia. Florianópolis, 2015.

PRIM, A. *et al.* Consumo de Alimentos (Proteína Animal) de Homens e Mulheres no Vale do Itajaí (SC). **Ensaio e Ciência: Ciências Biológicas, Agrárias e da Saúde** Vol. 14, Nº. 2, Ano 2010

SAQUETI *et al.* Enriquecimento funcional de carnes e produtos cárneos. *In*: ENCONTRO INTERNACIONAL DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA, 2019, Maringá. **Anais Eletrônico** [...] Maringá: XIEPCC, 2019. Disponível em: <http://rdu.unicesumar.edu.br/handle/123456789/3510>. Acesso em: 03 ago. 2021.

SCHLINDWEIN, M. M.; KASSOUF, A. L. Análise Da Influência De Alguns Fatores Socioeconômicos E Demográficos No Consumo Domiciliar De Carnes No Brasil. **Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**, v. 44, n. 03, p. 549-572, 2006.

SOLOMON, M. *et al.* **Consumer behavior: A European perspective.** Prentice Hall, Nova Jersey, 2005.

WAGNER, B. **Preferências dos consumidores de carne bovina: uma abordagem referente às cidades de Florianópolis – SC e Botucatu – SP.** Trabalho de Conclusão de Curso em Zootecnia. Florianópolis, 2014.

6. ANEXOS

ANEXO 1 – Descrição do objetivo do questionário, identificação do indivíduo, perguntas sobre o consumo e satisfação do consumidor de carne.

Perfil do consumidor de carne vermelha

Este formulário faz parte de uma pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso da acadêmica Michele Neiverth, graduanda do curso de Zootecnia da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). As suas informações pessoais (e-mail) não serão divulgadas de nenhuma forma e serão mantidas em sigilo. E as suas respostas serão utilizadas para traçar o perfil do consumidor de carne vermelha.

O formulário é preenchido de forma on line, abaixo das perguntas estão às alternativas que são de única escolha ou de múltipla escolha. Você deverá assinalar aquela (as) que mais está próxima da verdade em relação ao seu consumo de carne vermelha.

Você pode a qualquer momento desistir de participar da Pesquisa, para tanto é só não enviar o formulário, caso já tenha enviado é só contatar os responsáveis solicitando a exclusão de suas respostas. Caso você responda não em uma das primeiras perguntas, automaticamente você será destinado ao final do formulário, para enviá-lo, sem a necessidade de responder as outras questões.

Para maiores informações e/ou dúvidas, contatar a aluna Michele Neiverth via e-mail (mi.neiverth@gmail.com) ou a Professora Orientadora Dra. Fabiana Alves Almeida (faalmeida@uepg.br).

Caso tenha alguma reclamação, essa pode ser realizada diretamente ao Comitê de Ética em Pesquisa da UEPG pelo telefone (42) 3220-3108.

Esse projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa, parecer nº 4.898.718.

*Obrigatório

1. E-mail *

2. Você concorda em participar dessa pesquisa de opinião? *

Marcar apenas uma oval.

Não

Sim

31/03/2022 21:56

Perfil do consumidor de carne vermelha

3. Você concorda que as respostas dadas por você neste formulário sejam utilizadas como dados de pesquisa pelos autores? *

Marcar apenas uma oval.

- Não
 Sim

4. 1) Sexo: *

Marcar apenas uma oval.

- Fêmeino
 Masculino
 Outro

5. 2) Qual a sua faixa etária? *

Marcar apenas uma oval.

- 18 a 30 anos
 31 a 40 anos
 41 a 60 anos
 Maior de 60 anos

6. 3) Qual o seu nível de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

- Até a 4ª série do ensino fundamental
- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio
- Ensino médio e técnico
- Graduação
- Pós-graduação

7. 4) Qual a sua renda familiar? *

Marcar apenas uma oval.

- Até 1 salário mínimo
- 1 a 3 salários mínimos
- 3 a 5 salários mínimos
- 5 a 10 salários mínimos
- Mais que 10 salários mínimos.

B. 5) Em qual Estado você reside? *

Marcar apenas uma oval.

AC

AL

AP

AM

BA

CE

ES

GO

MA

MT

MS

MG

PA

PB

PR

PE

PI

RJ

RN

RS

RO

RR

SC

SP

SE

TO

DF

9. 6) Em qual cidade você reside? *

10. 7) Qual proteína animal você mais consome? *

Marcar apenas uma oval.

- Carne vermelha (bovinos, ovinos, caprinos e suínos)
- Carne branca (peixes e aves)
- Ovos
- Leite
- Não consumo.

11. 8) Você consome carne vermelha (bovina, suína, ovina e/ou caprina)? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim.
- Não.

12. 9) Com qual frequência você consome carne vermelha (bovina, suína, ovina e/ou caprina)? *

Marcar apenas uma oval.

- Uma vez durante a semana.
- Duas a quatro vezes durante a semana.
- Cinco a seis vezes durante a semana.
- Todos os dias.
- Não consumo.

13. 10) O que te impede de consumir carne vermelha com maior frequência? *

Marque todas que se aplicam.

- Preço (caro).
- Gosto de variar o cardápio durante a semana.
- Procuro ser mais saudável consumindo menos carne vermelha.
- Recomendações médicas.
- Não consumo carne vermelha.

Outro: _____

14. 11) Por quais motivos você não consome carne vermelha? (Responder apenas quem não consome carne vermelha)

Marque todas que se aplicam.

- Preço (caro).
- Recomendações médicas.
- Estilo de vida.
- Sou vegano (a).
- Sou vegetariano (a).
- Tenho dó dos animais.
- Sou contra o abate de animais para consumo.

Outro: _____

15. 12) Em quais meios você adquire a carne vermelha? *

Marque todas que se aplicam.

- Supermercados.
- Diretamente de produtores.
- Açougues.
- Boutique de carnes.
- Restaurantes ou Churrascarias.
- Não consumo carne vermelha.

Outro: _____

16. 13) De 1 a 5, qual o seu nível de satisfação com a qualidade da carne vermelha oferecida pelas redes de supermercados?

Só responder esse item quem adquire carne vermelha em supermercados.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	Muito satisfeito				

17. 14) De 1 a 5, qual o seu nível de satisfação com a qualidade da carne vermelha oferecida diretamente pelos produtores?

Só responder esse item quem adquire carne vermelha diretamente de produtores.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	Muito satisfeito				

18. 15) De 1 a 5, qual o seu nível de satisfação com a qualidade da carne vermelha oferecida por açougues ou boutiques?

Só responder esse item quem adquire carne vermelha em açougues ou boutiques.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	Muito satisfeito				

31/03/2022 21:56

Perfil do consumidor de carne vermelha

19. 16) De 1 a 5, qual o seu nível de satisfação com a qualidade da carne vermelha oferecida por restaurantes ou churrascarias?

Só responder esse item quem adquire carne vermelha em restaurantes ou churrascarias.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	Muito satisfeito				

20. 17) Quais as formas mais comuns de preparo da carne vermelha consumida por você? *

Marque todas que se aplicam.

- Assada na brasa (churrasco)
 Assada em forno (a gás ou elétrico)
 Cozida
 Frita
 Grelhada
 Nenhuma das opções acima.

Outro: _____

21. 18) Quais fatores abaixo são considerados por você na hora de comprar a carne vermelha? *

Marque todas que se aplicam.

- A cor da carne.
 O preço da carne.
 A marca da carne (frigorífico).
 Experiência anterior (já comprei, gostei, por isso compro novamente).
 Se a carne é proveniente de frigorífico que realiza o abate humanitário.
 O corte da carne.
 Nenhuma das opções acima.

Outro: _____

22. 19) Para você é importante saber que a carne que você está adquirindo é proveniente de animais criados em fazendas que respeitam o Bem Estar Animal? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim.
 Não.
 Não consumo carne vermelha.

23. 20) Para você é importante saber que a carne que você está adquirindo é proveniente de animais que foram abatidos em frigoríficos que realizam o abate humanitário? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim.
 Não.
 Não consumo carne vermelha.

24. 21) Para você é importante saber a origem da carne que você está adquirindo (rastreadibilidade)? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim.
 Não.
 Não consumo carne vermelha.

31/03/2022 21:56

Perfil do consumidor de carne vermelha

25. 22) Você acha importante a carne ter a composição nutricional modificada para que se torne mais saudável? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim.
- Não.
- Não consumo carne vermelha.

26. 23) Você estaria disposto a pagar mais pela carne vermelha que teve a composição nutricional modificada se tornando mais saudável? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim.
- Não.
- Não consumo carne vermelha.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários