

CONSUMO DE CARNE BOVINA NA COMUNIDADE ACADÊMICA DA UNESP - DRACENA

Cristiana Andrighetto¹
Omar Jorge Sabbag
Gustavo Lineu Sartorello
Gelci Carlos Lupatini

RESUMO

O objetivo do trabalho foi delinear o perfil e mostrar as características relacionadas ao comportamento de consumo de carne bovina na comunidade acadêmica da UNESP - Campus Experimental de Dracena, enfocando discentes, servidores docentes e técnico-administrativos. Foi aplicado um questionário a 170 consumidores, obtendo um perfil do consumidor de carne bovina. Os resultados obtidos neste trabalho refletiram uma análise do comportamento do consumidor, por meio de perfil e hábitos de consumo, considerando as dimensões socioeconômicas; produto; hábitos do consumidor e sistema de produção. Entre os principais resultados, observou-se que o fator preço não caracteriza o maior diferencial no momento da compra. importa mais a higiene, aliada às características de qualidade da carne que foram avaliadas: sabor, maciez e cor. São escolhas que refletem o grau de conscientização do público entrevistado. Com relação aos cortes mais consumidos, os discentes, por possuírem menor poder aquisitivo, apresentam maior consumo de cortes com baixo preço. A situação se altera em relação ao quadro de servidores docentes e técnico-administrativos, considerando maior consumo atribuído a cortes especiais. O consumidor está preocupado em adquirir um produto adequado às normas de segurança alimentar, pois, constatou-se que a maior parte da comunidade acadêmica (88,5%) possui a preocupação de obter um produto de origem sustentável. Entender o comportamento do consumidor requer uma análise específica sobre diversos tipos de clientes e nesse novo século, entender o consumidor é a chave do sucesso nos negócios.

Palavras-chave: Comportamento de consumo. Consumo de carne. Pesquisa de mercado.

CONSUMPTION OF BEEF BY UNESP - DRACENA ACADEMIC COMMUNITY

ABSTRACT

The objective of this work was to outline the profile and characteristics regarding beef consuming behavior in the academic community, UNESP – Campus Experimental de Dracena, focusing on students, professors, and staff. In this work 170 consumers

¹ Doutorado em Zootecnia (UNESP). Docente do Campus Experimental de Dracena, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Dracena, SP. Contato: cristiana@dracena.unesp.br.

answered a questionnaire in which we got a profile of the beef consumer. The results obtained of the consumer behavior, by means of profile and consuming habits; product; consumer habits and production system. Among the main results, we can observe that the price no longer features the biggest differential when there is a purchase, however hygiene, combined with the process of meat quality, such as taste, tenderness and color. These reflect the degree of awareness of the consumers. Regarding the most consumed cuts, low income students present a higher consume of low-price cuts. The situation changes when it comes to professors and staff, considering a higher consume related to more special cuts. Consumers are concerned about purchasing a product suited to food safety norms. It was found that most of the academic community (88.5%) wants to buy a sustainable source product. Understanding the consumer behavior requires specific analysis on different types of customers and in this new century, understanding the consumer is the key to successful in business.

Keywords: Meat consumption. Behavior of consumer. Market research.

CONSUMO DE CARNE DE GANADO EN LA COMUNIDADE ACADÉMICA DA UNESP - DRACENA

RESUMEN

El objetivo de este trabajo fue definir el perfil y mostrar las características relacionadas con el comportamiento del consumo de carne de vacuno en la comunidad académica, UNESP–Campus Experimental de Dracena, con enfoque hacia los estudiantes, servidores, maestros y técnico- administrativos. Se aplicó un cuestionario a 170 consumidores y se obtuvo un perfil de los consumidores de carne de vacuno. Los resultados obtenidos en este estudio permitieron un análisis del comportamiento del consumidor a través de del perfil y de hábitos de consumo, teniendo en cuenta las dimensiones socio-económica; producto; hábitos de consumo y el sistema de producción. Entre los principales resultados , se observó que el factor precio ya no cuenta con la mayor diferencia en el momento de la compra, pero la higiene, junto con las características de calidad de la carne se evaluó: sabor, ternura y color, lo que refleja el grado conciencia. En cuanto al consumo de cortes, los estudiantes, como poseen menos poder adquisitivo, tienen un mayor consumo con cortes bajos. La situación cambia en relación con el establecimiento de personal y el personal técnico y administrativo, mientras que un mayor consumo asignado a cortes más especiales. Los consumidores están preocupados por la compra de un producto adecuado a las normas de inocuidad de los alimentos, se encontró que la mayor parte de la comunidad académica (88,5%) se preocupa de conseguir un producto de origen sostenible. Entender el comportamiento de los consumidores requiere un análisis específico de los distintos tipos de clientes y, en este nuevo siglo, comprender el consumidor es la clave del éxito en los negocios.

Palabras clave: El consumo de carne. Comportamiento del consumo. Estudios de mercado.

INTRODUÇÃO

O Brasil, no ano de 2012, foi o segundo maior produtor e exportador de carne bovina do mundo. Apresentou um consumo *per capita* de 39,6kg/pessoa/ano, dados que mostram ser um país com grande potencial para a produção de carne bovina ([ANUALPEC, 2013](#)).

Essa carne apresenta proteína de alto valor biológico, vitaminas do complexo B, sendo ainda fonte de ferro e zinco.

Mudanças no padrão de consumo de alimentos que incluem o consumo de pequena ou nenhuma quantidade de carne na alimentação podem afetar negativamente o estado nutricional, especialmente no que se refere ao fornecimento de proteína de alto valor biológico e minerais como o ferro.

Os consumidores estão mais exigentes e atentos em relação aos produtos que consomem. Os aspectos relacionados à segurança alimentar permitem obter maior qualidade do produto e conquistar a confiança do consumidor, considerando seus gostos e suas preferências; estética, valores nutricionais, aspectos ambientais, rastreabilidade, entre outros ([VELHO et al., 2009](#)).

Entender o comportamento do consumidor requer uma análise específica sobre diversos tipos de clientes ([BRIZOLA e CASTRO, 2005](#)). A carne bovina sempre fez parte dos hábitos de consumo do brasileiro e conhecer as preferências e comportamentos dos consumidores de carne bovina é uma importante área de estudos.

OBJETIVO

O objetivo do presente trabalho foi delinear o perfil de consumidor e mostrar as características relacionadas ao seu comportamento de consumo de carne bovina na comunidade acadêmica da UNESP - Câmpus Experimental de Dracena, enfocando discentes, servidores docentes e técnico-administrativos.

METODOLOGIA

Foi feito um levantamento de dados primários com aplicação de questionários aos consumidores finais da comunidade objeto da pesquisa, buscando uma síntese de suas preferências sobre o consumo de carne bovina. Foi realizada uma entrevista com os participantes por intermédio de um questionário, com perguntas efetuadas sobre o tema estudado. A metodologia utilizada foi a preconizada por [MALHOTRA, 2001](#).

O tamanho da amostra foi calculado de acordo com [BERNI \(2002\)](#), considerando que:

$$N_0 = [1/e]^2 \text{ e } n = N * N_0 / N + N_0, \text{ sendo}$$

N = população acadêmica circulante: 295 pessoas;

e= margem de erro, considerado nesta pesquisa de 5% (0,05);

N₀ = coeficiente;

n = tamanho da amostra (170 questionários a serem aplicados).

A estrutura do questionário baseou-se em 3 pilares: dimensão *produto* (tipo de carne, tipo de corte, características de compra – cor, maciez, higiene, sabor, preço baixo, produto e entre outras características) dimensão *hábitos do consumidor* (frequência de consumo, tipo de estabelecimento) e a dimensão *sistema de produção* (sustentabilidade produtiva). Foi utilizada a escala nominal, de forma a dividir os dados em categorias mutuamente exclusivas, o que implica que toda a fração de dados se encaixou em uma única categoria e que todos os dados se encaixaram em alguma categoria da escala.

O questionário foi aplicado na comunidade acadêmica da UNESP - Câmpus Experimental de Dracena, sendo entrevistados 18 docentes, 130 discentes e 22 servidores, no período de setembro a dezembro de 2009. Os resultados provenientes dos instrumentos de coleta foram elaborados em planilha Microsoft Office Excel, e os dados foram colocados em tabelas para facilitar do perfil de consumo de carne.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com relação aos hábitos de consumo (Tabela 1), observou-se que a carne bovina é a mais consumida, com 51,90% do consumo total de carnes na alimentação, seguida da carne de frango, representando 29,60% no consumo.

[FRANCISCO et al. \(2007\)](#) também identificaram que o consumidor do município de Porto Alegre tem o frango como sua segunda opção de carne de consumo. Dados semelhantes foram observados por [BEZERRA et al. \(2007\)](#), na microrregião de Campina Grande, no estado da Paraíba, sendo a participação do consumo de carne bovina de 47,75%, e a carne de frango a segunda opção com 21,75% das preferências. Para o tipo de carne consumida (Tabela 1) o total foi 255, 30 e 43 escolhas respectivamente para alunos, docentes e técnicos administrativos, valor maior que o número de entrevistados, porque no questionário havia a opção de escolher mais de um tipo de carne e alguns dos entrevistados assim fizeram.

Tabela 1. Tipo de carne consumida por discentes, servidores docentes e técnico-administrativos da UNESP/Câmpus Experimental de Dracena/SP.

	Alunos		Docentes		Técnico-adm	
	Total	%	Total	%	Total	%
Bovina	128	50,20%	17	56,67%	21	48,84%
Frango	78	30,59%	7	23,33%	15	34,88%
Suína	27	10,59%	3	10,00%	1	2,33%
Ovino	5	1,96%	0	0,00%	1	2,33%
Peixe	15	5,88%	3	10,00%	4	9,30%
Outros	0	0,00%	0	0,00%	1	2,33%
Não responderam	2	0,78%	0	0,00%	0	0,00%
Total	255	100,00%	30	100,00%	43	100,00%

Segundo [KOTLER \(2000\)](#), outro fator de destaque é a cultura, sendo o principal determinante do comportamento e desejos da pessoa; e esta é constituída por subculturas, que com suas características regionais, criam importantes segmentos de mercado. Pode-se explicar a facilidade de consumo de carne bovina em uma região

predominantemente agropecuária e com expressividade para a bovinocultura de corte, e também ser associada ao fator social (grupos de referência), como é o hábito de promover algum evento por meio de churrascos, com acadêmicos de um curso de ciências agrárias (Zootecnia).

Outras carnes como a suína, ovina e peixe obtiveram menor participação no consumo, caracterizando, sobretudo, a ausência de informações, falta de hábito de consumo, pouca disponibilidade e acessibilidade no mercado regional.

Sendo a carne bovina a que apresentou preferência de consumo, pode-se inferir que os variados tipos de cortes são relacionados diretamente ao poder de compra (renda do consumidor). Foi perguntado no questionário sobre a renda familiar dos entrevistados e 51,54% dos discentes responderam que a renda familiar é inferior a 2 salários mínimos, 94,45% docentes que é superior a 10 salários mínimos e 63,64% dos técnicos administrativos que é superior a 5 salários mínimos. Neste caso, os discentes, por possuírem menor poder aquisitivo, apresentam maior consumo de cortes de segunda, que apresentam preço inferior (Tabela 2), com maior destaque para acém e costela. A situação reverte-se em relação ao quadro de acadêmicos economicamente ativos (docentes e técnicos-administrativos), considerando um maior consumo atribuído a cortes mais especiais, como contra-filé, alcatra e picanha, esta última mais difundida entre docentes. Vale destacar que a escolha de um determinado produto (neste caso o corte da carne) é afetada por circunstâncias econômicas, como por exemplo, a renda disponível e a estabilidade financeira (KOTLER, 2000).

Tabela 2. Tipos de cortes bovinos preferidos por discentes, servidores docentes e técnico-administrativos da UNESP/Câmpus Experimental de Dracena/SP.

	Discentes		Docentes		Técnico-adm	
	Total	%	Total	%	Total	%
Acém	68	12,14%	0	0,00%	2	2,25%
Filé mignon	19	3,39%	7	11,48%	3	3,37%
Peito	17	3,04%	1	1,64%	2	2,25%
Costela	62	11,07%	2	3,28%	6	6,74%
Picanha	27	4,82%	9	14,75%	7	7,87%
Cupim	11	1,96%	0	0,00%	4	4,49%
Fraldinha	30	5,36%	3	4,92%	10	11,24%
Paleta	5	0,89%	0	0,00%	0	0,00%
Músculo	30	5,36%	1	1,64%	2	2,25%
Contra Filé	54	9,64%	11	18,03%	15	16,85%
Alcatra	55	9,82%	8	13,11%	13	14,61%
Maminha	9	1,61%	1	1,64%	1	1,12%
Coxão duro	33	5,89%	3	4,92%	7	7,87%
Coxão mole	59	10,54%	5	8,20%	11	12,36%
Capa do contra filé	8	1,43%	1	1,64%	1	1,12%
Patinho	55	9,82%	8	13,11%	5	5,62%
Lagarto	11	1,96%	0	0,00%	0	0,00%
Outros	5	0,89%	0	0,00%	0	0,00%
Não responderam	2	0,36%	1	1,64%	0	0,00%
Total	560	100,00%	61	100,00%	89	100,00%

A frequência de consumo (Tabela 3) mostrou-se elevada entre discentes, servidores docentes e técnico-administrativos, pois observou-se que o consumo em todas as categorias entrevistadas foi de 2 a 3 vezes por semana.

Tabela 3. Frequência do consumo de carne bovina por discentes, servidores docentes e técnico-administrativos da UNESP/Câmpus Experimental de Dracena/SP.

	Discentes		Docentes		Técnico-adm	
	Total	%	Total	%	Total	%
Diariamente	65	50,00%	5	27,78%	9	40,91%
1 vez por semana	7	5,38%	0	0,00%	1	4,55%
2 a 3 vezes por semana	54	41,54%	11	61,11%	11	50,00%
Quinzenalmente	1	0,77%	0	0,00%	0	0,00%
Mensal	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
2 a 4 vezes por ano	1	0,77%	1	5,56%	1	4,55%
Não responderam	2	1,54%	1	5,56%	0	0,00%
Total	130	100,00%	18	100,00%	22	100,00%

Quando foram avaliados os principais atributos utilizados pelo consumidor no momento da compra (Tabela 4), constatou-se que o preço (13,6%) não caracterizou o maior diferencial na escolha do produto, independentemente do nível de renda do entrevistado. Vale ressaltar que o atributo higiene, bem como sabor, maciez e cor foram os mais importantes para a comunidade acadêmica e isso pode ser explicado pelo maior grau de conscientização e preocupação em adquirir um produto adequado às normas de segurança alimentar.

Tabela 4. Atributos mais importantes na compra de carne bovina para discentes, servidores docentes e técnico-administrativos da UNESP/Câmpus Experimental de Dracena/SP.

	Discentes		Docentes		Técnico-adm	
	Total	%	Total	%	Total	%
Cor	66	21,71%	6	15,79%	4	9,52%
Maciez	50	16,45%	8	21,05%	6	14,29%
Higiene	81	26,64%	12	31,58%	16	38,10%
Sabor	36	11,84%	8	21,05%	9	21,43%
Preço	65	21,38%	2	5,26%	6	14,29%
Outros	2	0,66%	0	0,00%	1	2,38%
Não responderam	4	1,32%	2	5,26%	0	0,00%
Total	304	100,00%	38	100,00%	42	100,00%

[CAVALLI e SALAY, \(2007\)](#) indicaram que uma das principais causas de surtos de doenças de origem alimentar na população, ocorre em virtude do despreparo dos manipuladores de alimentos, relacionando-se diretamente com maus hábitos de higiene dos manipuladores e de práticas inadequadas na operacionalização na produção do alimento.

Os dados referentes aos critérios determinantes de compras são semelhantes aos apontados por [PORTO et al. \(2006\)](#), sinalizando que o consumidor se importa mais com as questões ligadas à qualidade e higiene das carnes e dos estabelecimentos de venda do que àquelas ligadas às facilidades de compra, como opções de pagamento.

Em relação ao estabelecimento de compra (Tabela 5), a maior parte dos entrevistados, preferem ir ao supermercado para comprar carne, fato este que pode ser justificado pela facilidade de acesso, prática de melhores preços, considerando a variedade de produtos do setor cárneo, limpeza e forma de atendimento, aliado a este a qualidade e bom procedimento de corte à vista do cliente consumidor. Convém destacar que os consumidores que não possuem preferência alguma de local podem ser absorvidos pelos estabelecimentos potenciais de comercialização, através de práticas de *marketing* aplicadas à fidelização do consumidor pelos produtos alimentares.

Tabela 5. Preferência pelo estabelecimento em que a carne é adquirida por discentes, servidores docentes e técnico-administrativos da UNESP/Câmpus Experimental de Dracena/SP.

	Discentes		Docentes		Técnico-adm	
	Total	%	Total	%	Total	%
Supermercado	119	83,22%	15	68,18%	19	79,17%
Açougue	9	6,29%	4	18,18%	2	8,33%
Minimercado	13	9,09%	1	4,55%	2	8,33%
Outros	1	0,70%	1	4,55%	1	4,17%
Não responderam	1	0,70%	1	4,55%	0	0,00%
Total	143	100,00%	22	100,00%	24	100,00%

Para um sistema de produção animal sustentável (Tabela 6), priorizando o bem-estar, foi relatado que a maior parte da comunidade acadêmica (88,5%) possui a preocupação em obter um produto de origem sustentável, haja vista que a sustentabilidade contempla não somente a qualidade dos recursos ambientais explorados no sistema produtivo, mas também o aspecto social, envolvendo a relação homem-animal.

Tabela 6. Preferência do consumidor na compra do produto produzido em sistema de criação dos animais que respeita o meio ambiente e o bem estar animal.

	Alunos		Docentes		Técnico-adm	
	Total	%	Total	%	Total	%
Sim	109	83,85%	18	100,00%	18	81,82%
Não	7	5,38%	0	0,00%	0	0,00%
Não tem preferência	14	10,77%	0	0,00%	4	18,18%
Total	130	100,00%	18	100,00%	22	100,00%

Conforme [OLIVEIRA et al. \(2008\)](#), muitos trabalhos demonstraram que as práticas operativas e de manejo corretas asseguram maior bem-estar e resultam em melhores resultados econômicos, evitando ineficiência de valor em sua cadeia produtiva e

produzindo um produto que deixa de ser uma *commodity*, mas que representa diferenciação em sua qualidade melhorada.

Cabe ressaltar que este atributo é intrínseco à qualidade dos alimentos, necessitando, muitas vezes, de alguns instrumentos, como selos, certificações e identificação de marcas, não perceptíveis facilmente pelos consumidores, sendo relacionada diretamente com a confiabilidade destes instrumentos.

CONCLUSÕES

Entender o comportamento do consumidor requer uma análise específica sobre diversos tipos de clientes e, nesse novo século, entender o consumidor é a chave do sucesso nos negócios.

A carne bovina é o tipo mais consumido na comunidade acadêmica. Os discentes por possuírem menor poder aquisitivo, apresentam maior consumo de cortes de segunda em virtude do menor preço de compra. Os docentes e servidores técnico-administrativos tem consumo maior de cortes especiais. Portanto, é possível dividir os consumidores da comunidade acadêmica em dois grupos: o conjunto formado pelos consumidores de menor renda, que estão preocupados com a quantidade a ser consumida e cuja restrição é o preço, e o outro, formado pelos consumidores de alto poder aquisitivo, preocupados com a qualidade do produto.

O principal atributo utilizado pelos consumidores no momento da compra é a higiene e, ainda, priorizam a compra de um produto produzido em um sistema de produção que respeita o meio ambiente e o bem estar animal.

SUBMETIDO EM 8 abr. 2013

ACEITO EM 1 abr. 2014

REFERÊNCIAS

[ANUALPEC 2013](#): anuário da pecuária brasileira. São Paulo: FNP, 2013. 357 p.

[BEZERRA, J. M. M. et al.](#) Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína na microrregião de campina grande, estado da Paraíba. **Ciência Animal Brasileira**, Goiânia, v. 8, n. 3, p. 485-493, jul./set. 2007.

[BERNI, D. A.](#) **Técnicas de pesquisa em economia**. São Paulo: Saraiva, 2002.

[BRIZOLA, 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**, Lavras, v. 7, n. 3, p. 370-381, 2005.

[CAVALLI, S. B.; SALAY, E.](#) Gestão de pessoas em unidades produtoras de refeições comerciais e a segurança alimentar. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 20, n. 6, p. 657-667, nov./dez. 2007.

[FRANCISCO, C. D. et al.](#) Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 37, n. 1, jan./fev. 2007.

[KOTLER, P.](#) **Administração de marketing**: edição novo milênio. Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

[MALHOTRA, N.](#) **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001.

[OLIVEIRA, C. B.; BORTOLI, E. C.; BARCELOS, J. O. J.](#) Diferenciação por qualidade da carne bovina: a ótica sob o bem-estar animal. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 38, n. 7, p. 2092-2096, 2008.

[PORTO, R. G.; KOHLS, V. K.; RIGATTO, P.](#) Perfil e hábitos do consumidor final de carnes em Pelotas-RS. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 12, n. 6, p. 18, 2006.

[VELHO, J. P. et al.](#) Disposição dos consumidores porto-alegrenses à compra de carne bovina com certificação. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Viçosa, v. 38, n. 2, p. 399-404, 2009.

ANEXO

Questionário

Sexo:

- Masculino Feminino

Faixa etária:

- 17 a 27 28 a 37 38 a 47 48 a 57 > 58 anos

Escolaridade:

- Fundamental incompleto Médio incompleto Superior incompleto
 Fundamental completo Médio completo Superior completo

Indique qual a carne que você mais consome:

- Bovina Frango Suína
 Ovino Peixe Outras: _____

Qual(is) o(s) corte(s) bovinos que você mais consome:

- Acém Filé mignon Peito Costela Picanha
 Cupim Fraldinha Paleta Músculo Contra filé
 Alcatra Maminha Patinho Coxão Mole Coxão Duro
 Lagarto Capa do contra filé Outras: _____

Qual a frequência que você consome carne bovina:

- Diariamente 1 vez/semana 2 a 3 vezes/semana
 Quinzenalmente Mensal 2 a 4 vezes/ano

O que é mais importante pra você na compra de carne bovina:

- Cor Maciez Higiene Preço baixo
 Sabor Produto Outras: _____

Em qual estabelecimento você compra carne bovina:

- Supermercado Açougue Mini-mercado Outros

Se na compra na carne fosse especificado a forma de criação dos animais você daria preferência para a carne do animal criado em:

- Confinamento Pasto Semi-confinamento Não tem preferência

Você daria preferência para a compra de carne bovina se soubesse que o animal foi criado em um manejo que visou o bem estar animal:

- Sim Não Não tem preferência

Você pagaria um valor maior na carne bovina que foi produzida respeitando o meio ambiente e o bem estar animal:

- Sim Não