

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE BOVINA DA REGIÃO CENTRO-OESTE

Paulo Augusto Ramalho de Souza¹

Camila Benatti Mourad²

Renato Luiz Sproesser³

Amilton Luiz Novaes⁴

RESUMO: O presente estudo tem como objetivo a avaliação do comportamento de consumo de carne bovina no Centro-Oeste verificando o perfil dos consumidores. A revisão teórica discute mudanças nos hábitos alimentares que podem influir no posicionamento estratégico das empresas. O princípio de imitação-distinção, defendido por Bourdieu como um dos fatores determinantes da evolução dos hábitos alimentares pôde ser verificado. O estudo traz a evolução do consumo de carne bovina no Brasil a partir de séries históricas. Utilizou-se o método dedutivo de pesquisa e a pesquisa documental e de campo (survey) como métodos de

¹ Mestre em Administração; Docente assistente da Universidade Federal do Amazonas - UFAM. E-mail: paramalho@gmail.com

² Mestra em Administração pela Universidade Federal de São Paulo - FEA/USP. E-mail: bmcamila@gmail.com

³ Doutor em Engenharia; Docente adjunto do Departamento de Economia e Administração na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS. E-mail: drls@nin.ufms.br

⁴ Mestre em Agronegócios; Docente assistente da Universidade Federal da Grande Dourados - UFGD. E-mail: amiltonnovaes@gmail.com

procedimento. O perfil encontrado para os consumidores de carne bovina acima da média é caracterizado por pessoas de 30 a 39 anos, com renda e escolaridade baixa e possuem dificuldades em aquisição de alimentos. Também foi constatado que o princípio da imitação-distinção exerce influência sobre a evolução do comportamento de consumo alimentar.

PALAVRAS CHAVE: Hábitos Alimentares; Princípio da Imitação-Distinção; Consumo de Carne Bovina.

CONSUMERS' PROFILE OF BOVINE MEAT IN THE CENTRAL-WESTERN REGION OF BRAZIL

ABSTRACT: The behavior of bovine meat consumers' in the central-western region of Brazil and their profile are provided. A theoretical review discusses changes in the eating habits that may influence the strategic positioning of firms. The principle of imitation-distinction, discussed by Bourdieu (1996), as one of the determinants in dietary habit changes could be verified. The study provides the evolution of the intake of bovine meat in Brazil throughout history. The deduction method, documentary research, surveys and procedure methods were employed. The profile of above-the-average bovine meat consumers characterizes 30 to 39-year-old people, with low income and schooling, and with difficulties in purchasing food. Results show that the imitation-distinction principle influences the

development of food consumption behavior.

KEYWORDS: Consumers' Behavior; Imitation-Distinction Principle; Consumption of Bovine Meat.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento das sociedades modernas é marcado por constantes mudanças, que podem ser visualizadas em diferentes áreas como tecnológicas, socioculturais, demográficas e competitivas. Segundo Pedraza (2004), as transformações dos hábitos alimentares obedecem a um padrão histórico semelhante nas várias regiões do mundo que relacionam o desenvolvimento econômico, cultural e demográfico de cada local.

A crescente demanda social das novas civilizações torna necessárias informações sobre a problemática alimentar. Lima Filho (1999) apresenta algumas mudanças socioculturais e demográficas, que merecem ser ressaltadas na análise dos consumidores. Estas mudanças estão relacionadas à redução do tempo disponível das pessoas que vivem nas cidades, resultando em uma busca maior por conveniência. Destaca-se também a preocupação com a segurança alimentar, que afetou o comportamento dos consumidores com relação aos alimentos e às mudanças nos padrões de consumo, além de alterações na pirâmide da estrutura etária e no padrão das famílias. Estes e outros fatores tornam fundamental a busca, por empresas, de constantes inovações. Ainda de acordo com o autor, outras mudanças estão relacionadas à redução do número médio de pessoas por residência, além de incremento da parcela de pessoas do sexo masculino comprando em supermercados e ainda a tendência do crescimento de refeições fora de casa.

As atuais questões debatidas também decorrem das mudanças que

ocorrem no ambiente. Algumas pesquisas têm sido realizadas na Europa e na América do Norte para entender o comportamento do consumidor após situações de crise ou risco (VERBEKE, 2001; LEONELLI; AZEVEDO, 2001; DOMINGUES, 2008), como doenças e até a transgenia. Estas questões demonstram a preocupação com a segurança do alimento, manifestada principalmente nos países desenvolvidos. O baixo número de estudos que tratam do comportamento do consumidor de alimentos nos países em desenvolvimento reforça a necessidade dos mesmos em preocupar-se com a segurança do alimento.

Desta forma, o estudo dos hábitos alimentares demonstra ter um papel fundamental não só na identificação do que os consumidores adquirem em termos de alimentos, mas também quais os fatores que permeiam a escolha destes alimentos.

Por meio destas informações esta pesquisa teve como objetivo a avaliação do comportamento de consumo de carne bovina no Centro-Oeste, este sendo verificando através do perfil dos consumidores.

2 ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

A orientação metodológica adotada para este estudo é o da pesquisa dedutiva, mediante utilização de pesquisa documental e pesquisa de campo. Os dados foram coletados de forma direta e indireta, desenvolvendo-se o levantamento secundário com o auxílio de pesquisa de caráter documental e bibliográfica, e o levantamento primário mediante a aplicação de questionário (COOPER; SCHINDLER, 2003; VERGARA, 2009).

Para a análise foram utilizadas as informações disponíveis na base de dados da pesquisa Survey (questionários codificados) que resulta de uma rede de pesquisa franco-brasileira, coordenada pela *École Nationale*

d'Ingénieurs des Techniques des Industries Agricoles et Alimentaires (ENTTIAA), na França, e pela Universidade Federal de São Carlos - UFSCar, no Brasil. Outras instituições participantes são: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Universidade Federal de Pelotas - UFPel, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Universidade Anhembi-Morumbi.

Os dados utilizados como base para o entendimento do perfil dos consumidores da região foram referentes à cidade de Goiânia (com uma amostra de 395 questionários válidos), que permitem fazer inferências sobre a região Centro-Oeste, além de dados do IBGE, especificamente a POF de 1987, 1996 e 2003. Dessa forma, definiram-se como variáveis independentes as informações dos entrevistados por idade, gênero, renda, grau de instrução e número de pessoas na família. As variáveis dependentes envolvem as dimensões do consumidor e do alimento: (1) alimento: frequência de consumo, opção de consumo e atributos de compra; (2) consumidor: perfil e prioridades.

Precisamente, a técnica a ser utilizada é a Análise Fatorial e de Classificação de Correspondência Múltipla, um conjunto de análises que permite identificar os eixos fatoriais e faz uma classificação dos indivíduos em *clusters* Aaker, Kumar e Day (2001). Esta análise, trata-se de uma técnica descritiva de análise multivariada que permite estudar uma população de “n” indivíduos descritos por diversas variáveis. Neste procedimento estatístico, as variáveis principais, denominadas de “ativas”, são as variáveis qualitativas, podendo-se empregar, entretanto, variáveis quantitativas contínuas, porém com a condição de “ilustrativas”. Em se tratando de uma análise multivariada, permite a redução de um conjunto de informações para uma representação em um plano de dois fatores (por exemplo). Os *clusters* são classes de consumidores que apresentam

características em comum.

3 REFERÊNCIAL TEÓRICO

As pesquisas sobre o comportamento do consumidor de produtos cárnicos, mais precisamente sobre carne bovina, vêm apresentando avanços significativos que podem ser encontrados na literatura científica. Estes avanços alcançaram um alto grau de aprofundamento que chegam a demonstrar segmentações para o mercado de carnes.

Linsen (1984) aponta os resultados de dois *surveys* conduzidos nos EUA, dos quais pudesse extrair uma proposta para a segmentação de consumidores dos vários tipos de carne. A discussão baseia-se na inclinação do consumidor para guiar-se pelo preço do produto ou pelo benefício/prejuízo que ele pode causar à sua saúde. Os cinco segmentos de consumidores identificados neste estudo são: (a) *Meat Lovers*, os quais acreditam que a carne deve estar incluída em uma refeição principal; (b) *Creative Cooks*, que gastam prazerosamente seu tempo na preparação da carne, mas dividem o prazer de saboreá-la com outros alimentos; (c) *The Price Driven*, que, apesar de terem uma atitude “pró-carne”, são fortemente guiados pelo preço no momento da compra; (d) *Active Lifestyle*, que, normalmente, comem fora de casa e manifestam um fraco engajamento em relação ao consumo de carne; e (e) *The Health-Oriented*, que possuem um alto nível de envolvimento com as questões que se referem à sua saúde, e com os danos/benefícios que o alimento ingerido pode ocasionar.

Para os belgas, consumidores de carne fresca, os atributos mais importantes identificados por Verbeke (2001), são: frescor, qualidade, sabor, livre de hormônios e saudável. Em pesquisa realizada com consumidores deste produto, o autor constatou que a carne bovina possui

uma avaliação positiva no que se refere à ingestão segura e saudável, além de estar associada à maciez e confiabilidade. Esta avaliação decorre de campanhas de reconstrução da imagem do produto, após a grave crise da contaminação das rações animais pela dioxina, em 1999, que representou perigo à saúde dos consumidores belgas de produtos cárnicos (VERBEKE, 2001).

Outra interpretação ao consumo de carne é revelada por Vialles (1987), ao identificar duas atitudes dos consumidores em relação à carne animal. A primeira é denominada de “*zoofágicos*”: os indivíduos com esta atitude não se incomodam em reconhecer o animal no alimento a ser consumido. De outro lado, a segunda atitude é a de “*sarcofágicos*”, encontrada em indivíduos que revelam uma extrema indisposição ao reconhecer o animal no produto consumido. Fischler (1990) explica que, nestes casos, há necessidade de uma descontinuidade e distanciamento entre os indivíduos e o animal, assim, o consumo de carne é aceito. A zoofagia é uma prática de consumidores que possuem uma clara concepção da superioridade humana em relação aos animais. Desta forma, percebem a descontinuidade, uma ruptura, entre o homem e o animal. Entretanto, a sarcófagia é a rejeição da percepção do animal com um alimento que será consumido (LAMBERT *et al.*, 2005).

No Brasil, poucos estudos têm sido desenvolvidos quanto ao comportamento do consumidor de produtos cárnicos e menos ainda quanto ao comportamento de compra de carne bovina *in natura*. Entretanto, observa-se a indicação de que os consumidores brasileiros de carne bovina são fortemente guiados pelo preço (a estimativa é em torno de 85%), enquanto uma pequena parcela (apenas 15% do mercado) se orienta pela qualidade (FERREIRA; BARCELLOS, 2007).

Podem-se observar, na literatura, extensas discussões sobre os malefícios do consumo de carnes. Entretanto, Domene (2002) afirma que

uma dieta balanceada e, portanto, saudável deve ser constituída também por carne vermelha, já que, além de proteínas, a carne vermelha ingerida pelo homem fornece vitaminas em quantidades razoáveis, como a vitamina B12, a vitamina B2, e minerais, como ferro e zinco.

Já os ambientalistas têm outras argumentações para reduzir o consumo de carnes. Gussow (1994) acredita que, durante os últimos 30 anos, popularizou-se a argumentação de que a alimentação baseada em carne seja proveniente de uma pecuária intensiva incompatível com a sustentabilidade ambiental.

Segundo Verbeke (2001), o crescimento do bem-estar econômico e social experimentado desde os anos 1950 gerou volumes crescentes do consumo de proteína de origem animal. Níveis recordes do consumo de carne foram observados na maioria dos países europeus durante a primeira metade dos anos 1990. Desde então, porém, de maneira geral os níveis de consumo de carne fresca têm caído. Sendo estes dados de suma importância para pesquisadores e organizações que buscam conhecer os gostos, preferências, hábitos e atitudes dos consumidores, para que possam ser apontadas tendências e perspectivas em relação à queda no consumo de carne bovina.

Para Schlindwein e Kassouf (2006), variáveis relacionadas aos hábitos de consumo estão diretamente ligadas com o nível de renda dos consumidores, pois as regiões mais pobres do Brasil possuem uma maior probabilidade de consumo domiciliar de carne bovina devido a seu baixo preço, enquanto as regiões Sul e Sudeste vislumbram uma maior probabilidade de consumo fora de domicílio.

As tendências ligadas a preocupações dos consumidores com dietas, sanidade animal, credibilidade da matéria prima afetam os níveis de satisfação do consumidor. Segundo Ferreira e Barcellos (2007), cerca

de 40% a 50% do total de abates de bovinos são realizados de forma clandestina.

Domingues (2008) aponta que o crescimento demográfico, o aumento do poder aquisitivo dos consumidores impacta na estruturação da cadeia produtiva da carne bovina, tendo como consequência a criação de novos critérios para o aumento da competitividade frente às preocupações dos consumidores.

Miranda (2001) afirma que a queda no consumo de carnes vermelhas na maioria dos países ricos, exceção do Japão, se dá em função das preocupações com saúde dos consumidores, sanidade da carne e questões ambientais.

Enquanto as preocupações com a segurança da carne continuam fundamentais na atualidade, outros resultados apontaram também para a importância crescente da preocupação com o bem-estar dos animais no momento de se tomar uma decisão quanto ao consumo de carne num futuro próximo (VERBEKE; VIAENE, 1999).

Os selos de qualidade representam um esforço mercadológico para assegurar ao consumidor que o produto em questão foi produzido de forma correta, tendo, assim, padrões ideais em relação aos aspectos sanitários e organolépticos. As possibilidades dos selos de qualidade incluem os selos que atestam qualidade superior, os selos que garantem a origem, os certificados de conformidade, a certificação de produtos orgânicos, entre outros (SPROESSER; LAMBERT; CAMPEÃO, 2001). Ressalta-se que os selos de qualidade possuem grande potencial para a expansão das exportações brasileiras, considerando as barreiras às exportações existentes (BATALHA; SPROESSER, 2002).

4 RESULTADOS

4.1 EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE CARNE BOVINA NO BRASIL

A seguir, apresentam-se as informações relativas ao consumo de carne bovina, por algumas faixas de renda no Brasil. A segregação em classes de renda é feita com a intenção de se identificar o princípio da imitação-distinção, apresentado por Bourdieu (1996). Desta maneira, faz-se o isolamento das classes inferior e superior, em seus extremos, pois estas representam de forma mais clara as classes dominadas e dominantes. Sendo assim, nas análises feitas a seguir, deve-se observar uma comparação, nas classes de renda de “Até 5 salários mínimos” e “Mais de 15 salários mínimos”.

A figura 1 exibe informações sobre o consumo *per capita* domiciliar de carne bovina para duas classes sociais.

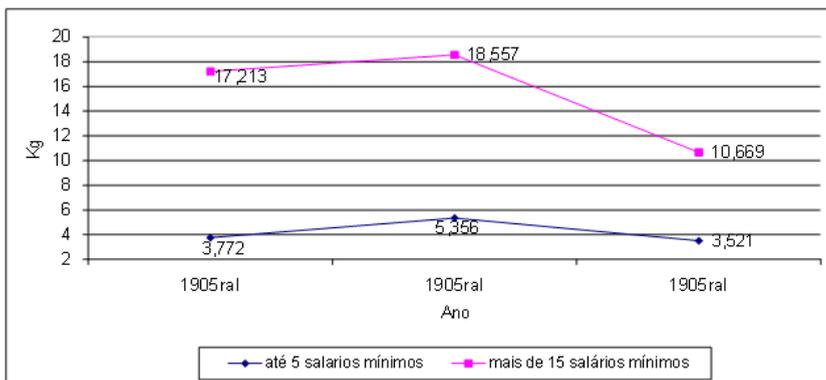


Figura 1: Consumo domiciliar *per capita* de carnes bovina de primeira por classes de renda.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base na Pesquisa de Orçamentos Familiares - IBGE (2004).

Notas: 1 - Em 1987 o piso salarial era Cz\$ 2.640,00, em 1996 o salário mínimo

correspondia a R\$ 112,00 e em 2003 o salário mínimo correspondia a R\$ 200,00.

Notas: 2 - Em 2003 carnes de primeira compreendem: alcatra, carne moída, filé, chã-de-dentro, contrafilé, filé mignon, lagarto comum, lagarto redondo e patinho.

Ao analisarmos o consumo domiciliar de carne bovina de primeira, *per capita*, percebemos uma queda acentuada, de aproximadamente 42% de 1996 a 2003, nas classes mais altas de rendimento, o mesmo não acontece com as classes mais baixas, com uma queda de 6% no período. A figura 2 representa o consumo domiciliar *per capita* de carne bovina de segunda por classes de renda, até 5 salários mínimos e mais de 15 salários mínimos, no Brasil ao longo do tempo.

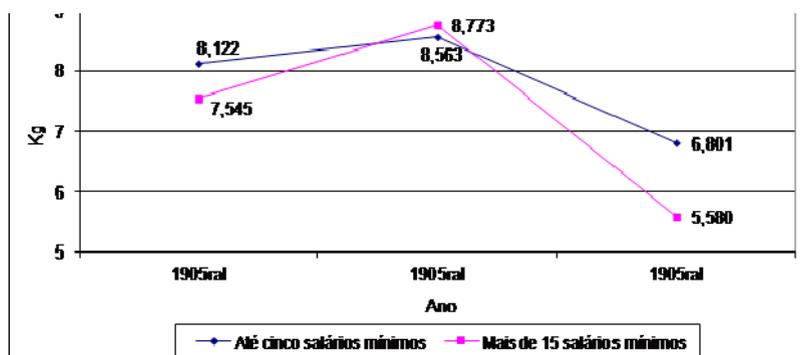


Figura 2: Consumo domiciliar de carne bovina de segunda, *per capita*, por classes de renda.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base na Pesquisa de Orçamentos Familiares - IBGE (2004).

Notas: 1 - Em 1987 o piso salarial era Cz\$ 2.640,00, em 1996 o salário mínimo correspondia a R\$ 112,00 e em 2003 o salário mínimo correspondia a R\$ 200,00.

Notas: 3 - Em 2003 carnes de segunda compreendem: acém, capa de filé, costela, pá, peito, outras.

Os dados da figura 2 revelam uma queda no consumo de carnes de

segunda nas duas classes de renda, já o consumo de carnes de primeira (Figura 1) sofre uma queda somente nas classes mais elevadas, enquanto que, nas classes mais baixas o consumo se estabiliza.

A figura 3 apresenta uma comparação no consumo de carne bovina, *per capita*, por classes de renda no Brasil, aqui são considerados todos os tipos de carne bovina, tanto as carnes de primeira quanto as carnes de segunda, ao longo do tempo.

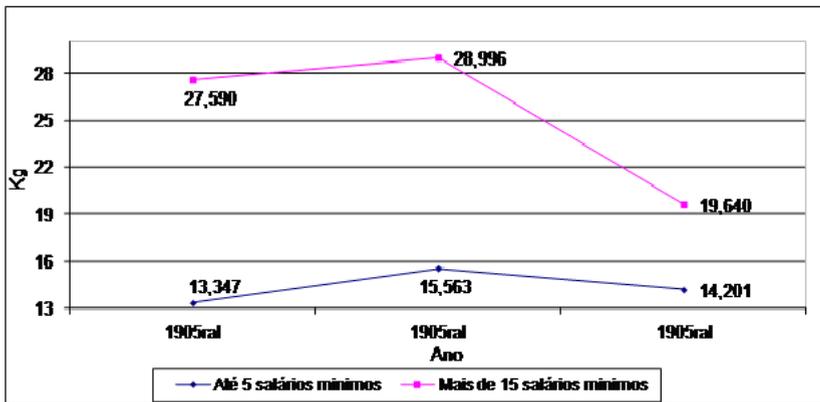


Figura 3: Consumo domiciliar “per capita” de carne bovina no Brasil por classes de rendimento

Fonte: Elaborado pelos autores, com base na Pesquisa de Orçamentos Familiares, IBGE (POF - 1987/1996/2003).

- Notas: 1 - Em 1987 o piso salarial era Cz\$ 2.640,00, em 1996 o salário mínimo correspondia a R\$ 112,00 e em 2003 o salário mínimo correspondia a R\$ 200,00.
 2 - Na classe de recebimento, mais de 15 salários mínimos estão incluídas as famílias da classe de 15 a 20, as famílias da classe de 20 a 30 e mais de 30 da pesquisa da POF (1987/1996/2003).
 3 - Na classe de recebimento, até 5 salários mínimos estão incluídas as famílias da classe de até 2, e as famílias da classe de 3 a 5 salários mínimos da pesquisa POF (1987/1996/2003).

Podemos notar que o consumo, *per capita*, de carne bovina nas classes mais altas de renda, mais de 15 salários mínimos, sofre uma sensível queda de aproximadamente 32,3%, sendo este declínio iniciado a partir de 1996, enquanto que nas classes mais baixas de renda, até 5 salários mínimos, há apenas uma pequena variação. A queda mais acentuada no consumo de carne bovina pela classe de renda mais alta pode estar associada ao maior acesso à informação e preocupações com a segurança do alimento. De acordo com Miranda (2001), as preocupações com a sanidade da carne bovina e as questões ambientais influenciam a queda do consumo de carnes vermelhas na maioria dos países ricos.

4. 2 PESQUISA DE CAMPO

Nesta seção são apresentadas as análises referentes à descrição das frequências de consumo de carne bovina. A análise é feita com base na média geral encontrada na amostra de Goiânia para a variável. As médias gerais do consumo de carne bovina podem ser observadas na tabela 1, que, além da média, apresentam os desvios-padrões encontrados.

Tabela 1: Frequência declarada de consumo médio de carne bovina no *survey*.

Descrição da Variável	Efetivos	Média	Desvio-Padrão
Consumo semanal de carne bovina – Brasil	1545	4,249	2,297
Consumo semanal de carne bovina – Goiânia	395	5,14	2,08

Fonte: Autor do trabalho a partir de dados compilados da pesquisa de campo (*survey*).

Os resultados da tabela 1 demonstram que a frequência média geral

de consumo de carne bovina no Brasil é de 4,25 vezes por semana, e que a de Goiânia é de 5,14. O desvio-padrão das variáveis são 2,297 e 2,08, respectivamente. Esses dados revelam que, na média, o consumo de carne bovina em Goiânia é mais frequente do que o consumo geral do Brasil.

A cidade de Goiânia evidencia as características das pessoas que consomem carne bovina acima da média nacional encontrada pelo *survey*, entretanto podemos estender esta característica para o Centro-Oeste, pois esta cidade está localizada na referida região. Neste caso nota-se que fatores culturais exercem grande influência, pois, nesta região, tradicionalmente as pessoas consomem carne bovina com certa frequência. Os fatores culturais são importantes para o entendimento do comportamento alimentar. Aliado a este, devem estar os fatores econômicos, nutricionais e sociais (OLIVEIRA; THÉBAUD-MONY, 1997).

Os dados contidos nas tabelas apresentadas a seguir (Tabelas 2 e 3) identificam as características da amostra que possui a frequência de consumo de carne bovina diferentes da média na cidade de Goiânia, enquanto que os dados das tabelas 5 e 6 identificam as características da amostra que possui a frequência de consumo de verdura diferente da média em Goiânia.

Identifica-se a característica da amostra analisada com um teste da média geral. Para a variável, a amostra é dividida em duas categorias, as características daqueles que têm o consumo acima da média e aqueles que têm consumo abaixo da média. As características que não são significativamente diferentes da média não são apresentadas. Para saber se as médias são estatisticamente diferentes foi utilizado o teste “t de student”. A coluna denominada “Valor-Teste” apresenta o resultado deste teste. Conjuntamente a ele, calcula-se a probabilidade de que esta diferença tenha ocorrido ao mero acaso. O valor de corte, ou seja, o limite de aceitação das

variáveis para esta probabilidade é de 0,05. O valor resultante de cada uma das características pode ser visto na coluna denominada “Probabilidade”.

A primeira coluna descreve, por completo, a variável que está sendo utilizada na análise. A segunda coluna descreve a modalidade da variável, ou seja, a resposta referente à pergunta. A terceira apresenta a média obtida pela modalidade com relação à variável a ser analisada, e a quarta coluna, o desvio-padrão obtido por ela.

Tabela 2: Caracterização do perfil dos consumidores com frequência semanal de consumo de carne bovina “acima” da média em Goiânia (Média = 5.14)

Descrição da Variável	Característica da Modalidade	Média	Desvio-Padrão	Valor-Teste	Probabilidade
Renda	2 a 5 sm	5,32	2,02	1,71	0,044
Faixa etária	30 a 39 anos	5,40	1,97	1,66	0,049
Opção de prato de consumo habitual na semana	Refeição pesada	5,72	1,81	4,84	0,000
Formação	Primeiro grau completo	5,76	1,88	2,20	0,014
Opção de carne bovina para consumo habitual	Carne com marmoreio	5,50	2,07	2,19	0,014
Porque consome <i>light/diet</i>	Não gosto	5,40	1,93	1,69	0,046
Consumo <i>light/diet</i>	<i>Light/diet</i> 2xsemana	6,36	1,55	1,97	0,024
Busca fazer refeições conviviais	Identifica-se	5,84	1,63	1,94	0,026
Tem dificuldade em obter alimentos desejados.	Concordo	5,47	1,90	1,81	0,035

Fonte: Autor do trabalho a partir de dados compilados da pesquisa de campo (*survey*).

Na tabela 2, com relação à renda, observa-se, predominantemente, que as famílias com renda de 2 a 5 salários mínimos declaram ter um consumo de carne bovina acima da média. Por certo, esta atitude está relacionada ao fato de que as carnes proporcionam sensações duradouras e fortes de saciedade. E, ainda, há algumas décadas houve uma busca crescente pelo consumo de carne, todavia, como ocorre ainda nos tempos atuais, a produção de carne tem o custo mais elevado, permitindo o acesso somente a classes mais abastadas. Desta forma, os consumidores de baixa renda, ao consumirem carne bovina, estarão exercendo o princípio de imitação, pois, em seu pensamento, é um alimento consumido pelas classes dominantes. E, quanto mais fortes forem as restrições econômicas, mais a gordura (pessoas gordas) será vista como sinal de riqueza, festa e sobrevivência (LAMBERT *et al.*, 2005).

Podemos perceber também outras características sociais destes consumidores, como resultado para idade, a faixa etária de 30 a 39 anos, e um nível de escolaridade com o ensino fundamental completo. O nível de formação está atrelado ao nível de renda. E, sendo assim, o baixo nível de formação, aliado à baixa renda, permite pouco acesso às informações. São consumidores que frequentemente consomem carne com marmoreio (um tipo de carne gorda), o que pode ser evidenciado também pela busca de uma alimentação pesada. Estes resultados demonstram a forte atração pelo “gordo”, por parte destes consumidores. A carne com marmoreio e a refeição pesada também se apresentam como necessárias a estas pessoas, pois necessitam de aporte calórico elevado devido às suas atividades serem mais físicas (braçais).

Outra característica importante é o fato de que frequentemente, mesmo não gostando de produtos *light* e *diet*, pode-se perceber uma relevante frequência de consumo dos mesmos. Outras importantes informações que

podem ser observadas na tabela, a dificuldade na obtenção de alimentos desejados e o fato da utilização da alimentação como meio de interação familiar, sendo a mesma um traço da cultura Latino Americana.

Tabela 3: Caracterização do perfil dos consumidores com frequência semanal de consumo de carne bovina “a baixo” da média em Goiânia (Média = 5.14)

Descrição da Variável	Característica da Modalidade	Média	Desvio-Padrão	Valor-Teste	Probabilidade
Formação	Segundo grau completo	4,86	2,14	-1,72	0,043
Faixa etária	40 a 49 anos	4,76	2,26	-1,88	0,030
Consumo <i>light e diet</i>	<i>light e diet</i> 7xsemana	4,61	1,97	-1,67	0,048
Procura controlar apetite e peso	Identifica-se	4,84	2,07	-1,68	0,046
Segue conselhos médicos e nutricionistas	Concordo plenamente	4,47	2,02	-2,41	0,008
Preocupa-se com meio-ambiente	Concordo plenamente	4,13	1,76	-2,88	0,002
Preço carne	Barato (carne)	3,43	1,84	-3,13	0,001
Opção/carne/consumo habitual	Carne magra	4,62	2,11	-3,52	0,000
Opção/prato/consumo sem. Habitual	Refeição leve	4,30	2,21	-4,09	0,000

Fonte: Autor do trabalho a partir de dados compilados da pesquisa de campo (*survey*).

De acordo com os dados da tabela 3, os consumidores com baixa frequência de consumo de carne bovina possuem uma formação educacional mais elevada, estão inseridos na faixa etária de 40 a 49 anos e consideram a carne bovina um produto barato, caracterizando, assim, uma classe social mais abastada. São consumidores conscientes, pois declaram se preocupar com o meio ambiente.

Os consumidores que apresentam uma frequência semanal de consumo de carne bovina abaixo da média geral encontrada têm como prioridades em sua alimentação a saúde e a forma física. Preocupações estéticas e dietéticas podem ser chamadas de *diestéticas* e caracterizam o modelo do corpo magro que se tem difundido. Este fenômeno e o comportamento destes consumidores demonstram que a saúde tem superado o prazer no conjunto de determinantes das escolhas e comportamentos alimentares. A saúde é um forte determinante de comportamento alimentar dos povos de origem anglo-saxônica podendo ser descrita na expressão “comer para viver” (LAMBERT *et al.*, 2005).

Aliados à preocupação *diestética*, estes indivíduos declaram procurar controlar o peso e o apetite, pois concordam e também se identificam com a variável “Procura controlar apetite e peso”. Sendo assim, a opção preferida de prato, para consumo habitual, é de uma refeição leve e o consumo de produtos *light* e *diet* está presente, sendo bastante significativo. O motivo que os leva a consumir este tipo de produtos é o fato de que estes “não engordam” e “fazem bem à saúde”.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise as informações coletadas, conclui-se que nos últimos anos o consumo alimentar sofreu algumas alterações. Podemos

notar que comparando a classe mais alta, acima de 15 salários mínimos, com a classe de renda mais baixa, até 5 salários mínimos, da população brasileira, o consumo de carne bovina é estável no período para as classes baixas de renda e verifica-se um declínio no consumo da classe alta de renda.

Podemos notar que o consumo, *per capita*, de carne bovina em alguns países encontra-se em declínio (VERBEKE, 2001; FERREIRA; BARCELLOS, 2007), o mesmo fenômeno pode ser explicado nas classes de renda mais alta do Brasil, reforçando a hipótese de que a queda no consumo de carne bovina poderá ser uma tendência mundial para as classes de renda mais elevadas, ou à medida que a população dos países em desenvolvimento tem acesso a renda e informação.

Alguns fatores foram identificados como a diminuição do consumo de carne bovina, sendo eles o acesso à informação na busca por saúde, a preocupação com a sanidade da carne e as questões ambientais, a desvantagem da carne bovina junto a seus substitutos diretos por apresentar pouca variabilidade, a expressiva sensibilidade do consumidor brasileiro aos preços.

No que tange a frequência do consumo de carne bovina na região Centro-Oeste ficou evidente que os consumidores “acima da média” de consumo são pessoas na faixa etária de 30 a 39 anos, com um nível de escolaridade baixo (fundamental completo), e mesmo com o fato da dificuldade na obtenção de alimentos desejados. Isto pode ser facilmente explicado devido à baixa renda geral da população: consomem mais carne que as outras classes e são pessoas que se alimentam sem preocupação com a saúde. Outra característica importante é o fato de que mesmo não gostando de produtos *light/diet*, pode-se perceber o consumo frequente dos mesmos, sugerindo um comportamento de imitação das classes mais

elevadas. Os consumidores que possuem uma baixa frequência de consumo de carne são identificados na pesquisa como pessoas que buscam uma alimentação mais saudável quando existe uma grande preocupação com a forma física. Estes consumidores têm um maior nível cultural e um maior nível de renda; por isso, além de se preocuparem com o próprio corpo, declaram estar preocupados com assuntos ambientais.

Entendemos que um maior aprofundamento nas questões sobre o comportamento das pessoas no consumo de carne bovina tanto por classes de renda, quanto pela ótica da educação, torna-se importante pelo reduzido número de pesquisas sobre o assunto no Brasil.

REFERÊNCIAL

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S.. **Marketing research**. 5. ed. New York: John Wiley and Sons, 2001.

BATALHA, M. O.; SPROESSER, R. L.. Quality labels for food products: an option for differentiation in the Brazilian agribusiness. In: PALOMAR, A. A. et al. (Org). **Competitive growth in the global environment**. Madrid: [S. n.], 2002. v. 5. p. 102-112.

BOURDIEU, P. J.. **Distinction: A social critique of the judgment of taste**. London: Routledge, 1996. [Título original: “La distinction: critique sociale du jugement”].

COOPER, D. R.; SLINDLER, P. S.. **Métodos de pesquisa em administração**. Tradução de Luciana de Oliveira da Rocha. 7. ed.. Porto Alegre, RS: Bookman, 2003.

DOMENE, S. M. A. Valor nutricional da carne bovina. In: CONGRESSO BRASILEIRO DAS RAÇAS ZEBUÍNAS, 5., 2002, Uberaba. **Anais...**

Uberaba, MG: Associação Brasileira dos Criadores de Zebu, 2002. p. 254-257.

DOMINGUES, P. F. Sanidade Animal no Brasil e o Desenvolvimento da Agropecuária. **Revista Internacional em Língua Portuguesa**, n. 21, p. 93-105, 2008.

FERREIRA, G. C.; BARCELLOS, M. D. **Desenvolvimento de marca em carne bovina: um caminho para diferenciação**. Disponível em: <<http://www.fearp.usp.br/egna/resumos/Ferreira.pdf>>. Acesso em 15 ago. 2007.

FISCHLER, C. L.. **L'omnivore**. Paris: Odile Jacob, 1990.

GUSSOW, J. D. Ecology and vegetarian consideration: Does environmental responsibility demand the elimination of livestock? **American Journal of Clinical Nutrition**, v. 59, p. 1110-1116, 1994.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 1987, 1996 e 2002-2003: Primeiros resultados - Brasil e Grandes Regiões**. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2004. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em: 28 mar. 2008.

LAMBERT, J. L. et al.. As principais evoluções dos comportamentos alimentares: o caso da França. **Revista de Nutrição**, v. 18, n. 5, p. 577-591, set./out. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732005000500001&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 20 abr. 2007.

LEONELLI, F. C. V.; AZEVEDO, P. F. Sistemas de Identidade Preservada em Cadeias Agroindustriais: o caso de produtos não geneticamente modificados. In: WORKSHOP BRASILEIRO DE GESTÃO DE

SISTEMAS AGROALIMENTARES (EGNA), 3., 2001. **Anais...** Ribeirão Preto, SP: USP, 2001. Disponível em: <<http://www.fearp.usp.br/egna/>> Acesso em: 4 maio 2007.

LIMA FILHO, D. O. **Valor percebido e o comportamento do consumidor de supermercado: um estudo exploratório em uma média cidade brasileira.** 1999. 196fls. Tese (Doutorado apresentada ao curso de Pós-Graduação da Área de Concentração: Mercadologia). Escola de Administração de Empresas de São paulo – Fundação Getulio Vargas. São Paulo, SP: EAESP/FGV, 1999.

LINSEN, M. A.. Changing meat preferences: Health or price driven? **Progressive Grocer, Section Consumer Meat Preferences**, New York, p. 99-107, feb. 1984.

MIRANDA, S. H. G.. **Quantificações dos efeitos das barreiras não tarifárias sobre exportações brasileiras de carne bovina.** 2001. 254fls. Tese (Doutorado em Ciências) – Universidade de São Paulo. São Paulo, SP: USP, 2001.

OLIVEIRA, Silvana P. de; THEBAUD-MONY, Annie. Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar. **Rev. Saúde Pública**, São Paulo, v. 31, n. 2, p. 201-208, 1997.

PEDRAZA, D. F. Padrões Alimentares: da teoria à prática – o caso do Brasil. **Mneme – Revista Virtual de Humanidades**, v. 5, n. 9, p. 104-114, jan./mar. 2004. Disponível em: <<http://www.seol.com.br/mneme>>. Acesso em: 29 dez. 2009.

SCHLINDWEIN, M. M.; KASSOUF, A. L.. Análise da influência de alguns fatores socioeconômicos e demográficos no consumo domiciliar de carnes no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 44, n. 3, p. 549-572, jul./set. 2006.

SPROESSER, R. L.; LAMBERT, J. L.; CAMPEÃO, P. Os selos de qualidade para produtos alimentares: o caso da França e da Comunidade Europeia. In: JORNADA CIENTÍFICA DE ECONOMIA E ADMINISTRAÇÃO DO CENTRO-OESTE, 1., 2001, Campo Grande - MS. **Anais...** Campo Grande: UFMS, 2001. Cd-Rom.

VERBEKE, W.; VIAENE, J. Beliefs, attitude and behaviour towards fresh meat consumption in Belgium: Empirical evidence from a consumer survey. **Food Quality and Preference**, New York, v. 10, n. 6, p. 437-445, nov. 1999.

_____. Consumo de Carne Fresca e Segurança alimentar: Comportamento dos Consumidores Belgas. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL VIRTUAL SOBRE QUALIDADE DE CARNE SUÍNA, 2., 2001. **Anais Eletrônicos...** Disponível em:<http://www.conferencia.uncnet.br/pork/seg/pal/anais01p2_verbeke_pt.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2010.

VERGARA, S. C.. **Projetos relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed.. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

VIALLES, N.. **Le sang et la chair**. Paris: Maison des Sciences de l'Homme, 1987.

Recebido em: 19 Fevereiro 2009

Aceito em: 08 Agosto 2011

