

## Perfil do consumidor da carne bovina na cidade de Porto Alegre – RS: Importância dos atributos da carne bovina no momento da compra.

Daniel Chamorro Darde<sup>1</sup>, Jennifer Luzardo Teixeira<sup>2</sup>, João Batista G. Costa Junior<sup>3</sup>, Julio Otávio Jardim Barcellos<sup>4</sup>, Concepta McManus<sup>4</sup>, Carlos Henrique Pagno<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Graduando de Agronomia – UFRGS/Porto Alegre. e-mail: [danieldarde@gmail.com](mailto:danieldarde@gmail.com)

<sup>2</sup>Graduanda de Medicina Veterinária – NESPRO-UFRGS/Porto Alegre, RS. e-mail: [je\\_luzardo@hotmail.com](mailto:je_luzardo@hotmail.com)

<sup>3</sup>Doutorando(a) do Programa de Pós-Graduação em Zootecnia – NESPRO-UFRGS/Porto Alegre, RS. <sup>3</sup>Bolsista CAPES. e-mail: [jbzootec@hotmail.com](mailto:jbzootec@hotmail.com)

<sup>4</sup>Departamento de Zootecnia – UFRGS/Porto Alegre, RS. e-mail: [julio.barcellos@ufrgs.br](mailto:julio.barcellos@ufrgs.br); [concepta.mcmanus@ufrgs.br](mailto:concepta.mcmanus@ufrgs.br)

<sup>5</sup>Mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos – UFRGS/Porto Alegre, RS. e-mail: [carlospagno@hotmail.com](mailto:carlospagno@hotmail.com)

### INTRODUÇÃO



(Barcellos, 2010)

Cada vez mais o comportamento do consumidor diante da compra vem sendo motivo de estudo, sendo este um dos pontos de gargalo da cadeia produtiva da carne (Vendrame *et al*, 2008), de forma a gerar a adaptação dos demais elos da cadeia diante de novas demandas apresentadas que, em certos momentos, levam a mudanças nos modos de produzir e comercializar o produto carne.

Assim, a pesquisa e a observação do perfil dos hábitos dos consumidores e os atributos dos produtos escolhidos são questões importantes para o entendimento do hábito de consumir e a base de dados para as empresas desenvolverem estratégias para atender melhor as necessidades do público consumidor do produto carne (Brisola e Castro, 2005).

**Objetivo:** Identificar os diferentes atributos da carne preferidos pelos consumidores no momento da compra.

As características associadas à carne foram divididas em quatro grupos:

#### Quanto aos atributos obrigatórios do produto carne:

Os atributos validade, informações do produto, local de exposição, inspeção sanitária e preço foram apontados como importantes no momento da compra pela maioria das pessoas independentemente de nível de renda e nível de instrução. O atributo preço foi apresentado como de maior importância dentre os atributos do produto exigidos por lei para os consumidores. O atributo inspeção sanitária também foi apresentado como de grande relevância na hora da compra.

#### Quanto aos atributos visuais do produto carne:

As características cor, quantidade de gordura e embalagem do produto, foram descritas como mais importantes por pessoas em sua maioria de classe média a baixa e de baixo nível de escolaridade. Foi constatado que há uma maior importância para o público feminino os atributos gordura, cor e aparência da carne a ser consumida.

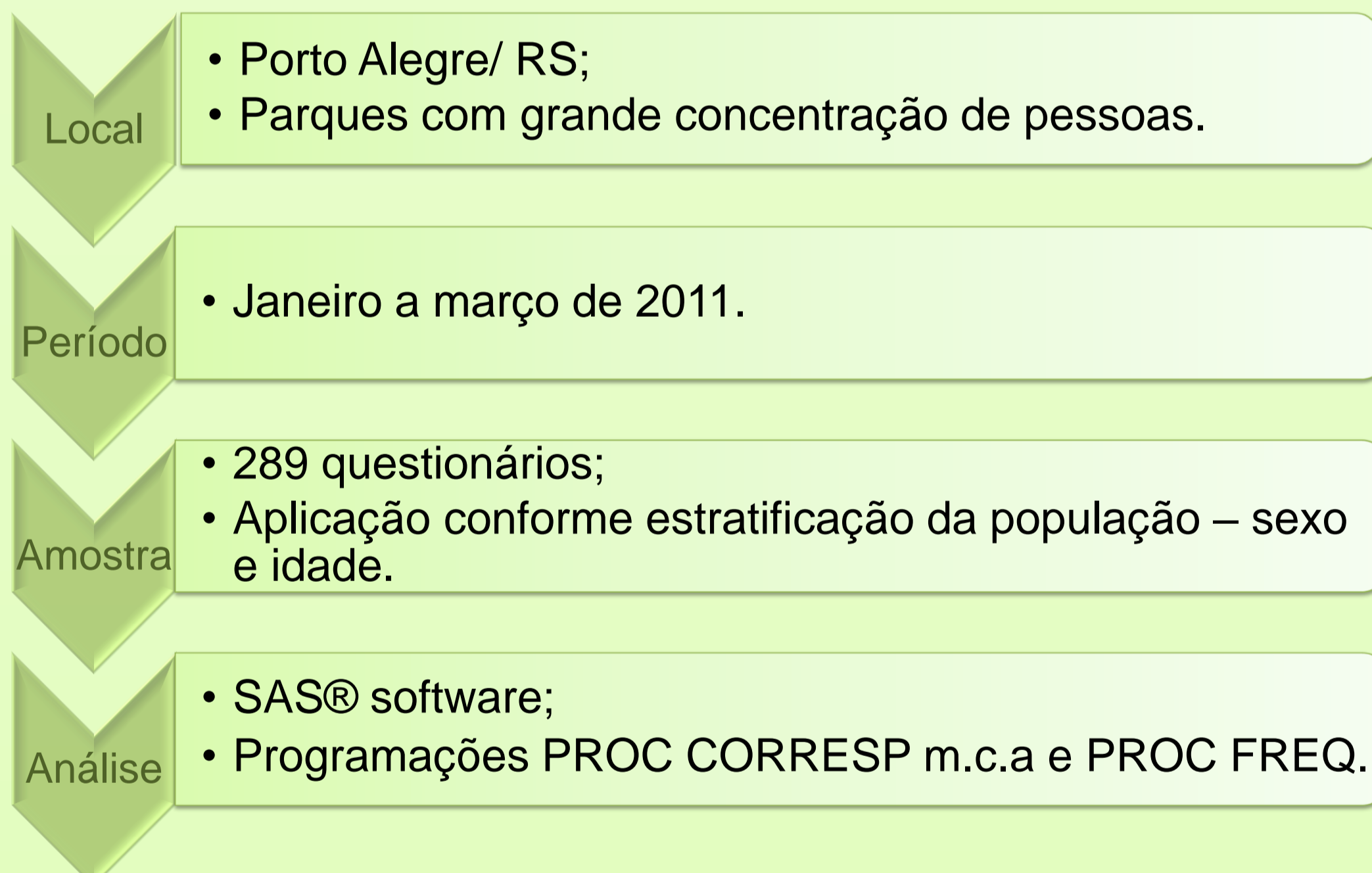
#### Quanto aos atributos sensoriais do produto carne:

Nos fatores sensoriais da carne descritos por maciez, odor, sabor e suculência percebe-se uma distribuição de preferência destes atributos como requisito para compra por pessoas de todos os níveis de renda e escolaridade, tendendo a um aumento da preferência à medida que aumenta o nível de renda e escolaridade dos consumidores.

#### Quanto aos atributos agregados do produto carne:

Nos atributos agregados como certificação, conveniência, marca e origem ficou demonstrada que consumidores de renda mais alta e com maior nível de escolaridade dão maior preferência a estes fatores do que consumidores de menor renda e instrução, sendo estes atributos caracterizados como de grande importância no ato da compra.

### MATERIAL E MÉTODOS



### RESULTADOS E DISCUSSÃO

Não houve diferença estatística ( $P > 0,001$ ) quanto a renda familiar e nível de instrução em relação ao sexo. Na tabela 1 estão descritas as frequências do nível de instrução e renda em relação ao sexo dos entrevistados.

Tabela 1- Perfil educacional e econômico dos entrevistados

Número de Pessoas	Masculino	Feminino	Número de Pessoas	Masculino	Feminino
	146	143		146	143
Nível de Instrução	Renda				
Fundamental (EFUND)	10.96%	13.99%	até 1.000,00 (R2)	3.42%	12.59%
Médio (EMED)	34.25%	38.46%	1.001,00 a 2.000,00 (R3)	20.55%	21.68%
Sup. Incompleto (ESINC)	23.97%	21.68%	2.001,00 a 3.000,00 (R4)	18.49%	20.28%
Sup. Completo (ESCOM)	23.97%	21.68%	3.001,00 a 5.000,00 (R5)	22.60%	18.88%
Mestrado (EMES)	5.48%	2.80%	5.001,00 a 10.000,00 (R6)	27.40%	20.98%
Doutorado (EDOU)	1.37%	1.40%	mais de 10.000,00 (R7)	7.53%	5.59%
Probabilidade	0,7810		Probabilidade	0,0779	

### CONCLUSÕES

Conclui-se que a renda foi o fator que mais influenciou os consumidores na importância dos atributos a serem escolhidos no momento da compra da carne. O sexo e o nível de instrução tiveram influência no grau de importância em atributos específicos de cada grupo de atributos.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARCELLOS, M.D. **Processo decisório de compra de carne bovina na cidade de Porto Alegre**. 2002. 169f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- BRISOLA, M. V.; CASTRO, A. M. G. Caderno de Pesquisas em Administração. São Paulo, v.12, n.1, p.81-99, janeiro/março 2005.
- IBGE. 2006. **Banco de dados cidades**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> Acesso em: 21/01/2011.
- SOUKI, G. Q.; SALAZAR, G. T.; ANTONIALLI, L. M. et al. Atributos que afetam a decisão de compra dos consumidores de carne bovina. O. R. & A. Revista de Administração da UFLA, v.5, n.2, julho/dezembro 2002.
- VELHO, J.P.; BARCELLOS, J.O.J.; LENGELER, L. et al. Disposição dos consumidores porto-alegrenses à compra de carne bovina com certificação. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v.38, n.2, p.399-404, 2009.
- VENDRAME, F.C.; VITORINO, V.A.; PRATTE, A.L.O. et al. **O comportamento do consumidor de carne bovina**. 6º Congresso de Pós-Graduação – UNIMEP, 2008.