PUBVET, Publicações em Medicina Veterinária e Zootecnia.

Perfil do consumidor de produtos de origem animal em Rio Verde, GO

Luana Martins Schaly[1] Maria Cristina de Oliveira[1] Paulo Alexandre Perdomo Salviano[2] José Marcelo de Abreu[2]

[1]Faculdade de Medicina Veterinária – Universidade de Rio Verde. Campus Universitário s/n, Rio Verde, GO, 75.901-910. E-mail: mcorv@yahoo.com.br

[2]Faculdade de Ciências Econômicas – Universidade de Rio Verde. Campus Universitário s/n, Rio Verde, GO, 75.901-910.

Resumo

Foram aplicados 200 questionários, em Rio Verde, GO, para investigar o perfil do consumidor e os fatores que influenciam a compra de produtos de origem animal (POA). O principal local de compra dos POA é o supermercado. Dentre os entrevistados, 42,6% não tem restrição quanto ao consumo de diferentes POA, entretanto, maior porcentagem de consumidores consome carne bovina comparado com outros tipos de POA. Dentre os consumidores, 52,8% eram do sexo feminino, 29,6% tinham ensino médio completo e 41,1% tinham renda familiar de até três salários mínimos. Concluiu-se que o consumidor de POA em Rio Verde, GO, é predominantemente feminino, com ensino médio completo, renda familiar de até três salários mínimos, sem restrições ao consumo dos diferentes tipos de POA que são comprados em supermercados e

que consideram, principalmente, os fatores qualidade e preço no momento da compra.

Palavras–chave: fatores que influem na decisão de compra, produção animal, Rio Verde

Consumer profile of animal origin product in Rio Verde, GO

Abstract

Two hundred questionnaires were applied in Rio Verde, GO, to investigate the consumer profile and the factors that influence the purchase of animal origin products (AOP). The main location where the consumers buy the AOP is the supermarket. Among the interviewed, 42.6% do not have restriction about the consumption of the different AOP, however, a higher percentage of consumers prefer the beef meat. Among the consumers, 52.8% were feminine, 29.6% had completed the high school and 41.1% had familiar income up to three minimum salaries. It was concluded that the PAO consumer in Rio Verde, GO, is predominantly feminine, with completed high school, familiar income up to three minimum salaries, with no restriction about the consumption of the different PAO types that are purchased in supermarkets, and that consider quality and price factors at the purchase moment.

Keywords: animal production, factors that influence the purchase decision, Rio Verde city

INTRODUÇÃO

A avaliação da qualidade de um alimento pelo consumidor depende das percepções, necessidades e objetivos do consumidor. Estudos sobre o comportamento do consumidor diferenciam os vários estágios no processo de tomada de decisão na hora da compra (o momento da necessidade, a busca pelo produto e a avaliação da informação, a decisão final de comprar e o comportamento pós-compra) e os fatores internos e externos que afetam a decisão de compra (STEENKAMP, 1997).

Segundo GRUNERT (1997), os consumidores consideram aspectos intrínsecos (características físicas do produto) e extrínsecos (marca, aparência do estabelecimento de compra, origem do produto, etc.) do produto na hora da compra. Entretanto, muitas características dos produtos não podem ser avaliadas até que eles tenham sido comprados, assim, os consumidores utilizam seus próprios critérios de qualidade.

Com relação ao consumo de POA, Bezerra et al. (2007) relataram que em Campina Grande, a carne bovina era consumida por 47,75% da população seguida pela de frango (21,75%). Dentre os atributos considerados importantes pelo consumidor encontram-se higiene dos estabelecimentos de compra (Nunes & Castro, 2007).

Essa pesquisa foi realizada com o objetivo de apresentar o perfil do consumidor e os fatores que influenciam no momento da compra de POA na cidade de Rio Verde, GO.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada em Rio Verde, GO, por meio de questionários em supermercados, feiras e bairros da cidade, incluindo um público de diferentes faixas etárias, renda mensal e nível de escolaridade, totalizando 200 consumidores, no período de agosto a dezembro de 2008. A pesquisa se caracterizou como exploratória, na medida em que procurou levantar aspectos não conhecidos sobre variáveis relativas ao consumidor de POA em Rio Verde, GO. O questionário (Tabela 1) era composto por questões fechadas e constituído de dois blocos.

O primeiro bloco referia-se ao perfil dos entrevistados (gênero, nível de escolaridade, renda mensal, tipos de POA mais comprados e locais onde esses produtos costumam ser adquiridos). O segundo bloco referia-se à influência que o entrevistado atribuía aos aspectos considerados no momento da compra dos POA.

Para a análise de dados, utilizou-se a técnica de análise de distribuição de freqüência simples.

Tabela 1 - Questionário utilizado para caracterização do perfil do consumidor de produtos de origem animal de Rio Verde, GO

Bloco I

Sexo:	M ( )	F ( )

Grau de instrução:		
Fundamental:	Completo ( )	Incompleto ( )
Ensino médio:	Completo ( )	Incompleto ( )
Ensino superior:	Completo ( )	Incompleto ( )
Pós-Graduação ( )	Analfabeto ( )	

Renda mensal familiar (em salários mínimos)		
1-3 ( )	3-5 ( )	6-10 ( )
10-15 ( )	Acima de 15 ( )	

Quais os produtos de origem animal são consumidos:		
ovos ( )	leite ( )	carne bovina ( )
carne suína ( )	peixe ( )	frango ( )
embutidos ( )	derivados do leite ( )	

Local de compra dos POA		
Supermercados ( )	Açougues ( )	Feiras ( )
Diretamente do produtor ( )		

Bloco II

São considerados na hora da compra:		
Origem ( )	Rótulo ( )	Preço ( )
Marca ( )	Qualidade ( )	Quantidade ( )
Sabor ( )	Valor nutritivo ( )	Praticidade ( )
Sanidade ( )	Hábito ( )	Higiene do local ( )

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O perfil do consumidor de POA refletiu a prevalência do sexo feminino, com ensino médio completo e com renda familiar média de até três salários mínimos (Tabela 2). O sexo feminino predominou na amostra e isso se deve ao fato de que, geralmente, as mulheres, mesmo que tenham uma atividade remunerada, continuam tendo a responsabilidade pela compra de alimentos em suas casas. Resultados semelhantes foram obtidos por VERBEKE & VACKIER (2004) e SCHNETTLER et al. (2009) em pesquisas no Chile sobre o

consumo de carne bovina e por SILVA et al. (2007) que observaram que 71,6% dos entrevistados em Campina Grande eram do sexo feminino.

Tabela 2 - Distribuição de freqüência do sexo e do perfil educacional e socioeconômico dos consumidores de POA em Rio Verde, GO

Variável	**Porcentagem de entrevistados**
Gênero	
Masculino	47,2
Feminino	52,8
Nível de escolaridade	
Analfabeto	0
Ensino Fundamental incompleto	4,9
Ensino Fundamental completo	5,6
Ensino Médio Incompleto	7,4
Ensino Médio Completo	29,6
3º grau incompleto	25,9
3º grau completo	17,3
Pós-graduação	9,3
Renda mensal familiar média (em salários-mínimos)	
1-3	41,1
3-5	33,1
5-10	18,4
10-15	4,3
>15	3,1

Em Rio Verde, 29,6 e 25,9% dos consumidores tinham ensino médio incompleto e completo, respectivamente (Tabela 2). Consumidores com melhores níveis de escolaridade teriam maiores oportunidades de se informar sobre os sistemas de produção de animais para consumo humano. Diferente do observado em Rio Verde, 53,33% dos consumidores de POA em Pontes e Lacerda (MT) tinham cursado apenas o ensino fundamental (SOUZA et al, 2008). Já VELHO et al. (2009), ao realizarem entrevistas para determinar a disposição de consumidores de Porto Alegre em pagar a mais por carne certificada, também notaram que 50% dos entrevistados tinham apenas o ensino médio, como na presente pesquisa.

Dentre os respondentes, 41,4% tinham renda familiar de até três salários mínimos (SM) (Tabela 2). Isso é, provavelmente, o reflexo do menor nível de escolaridade da população entrevistada. Diferente do obtido nessa pesquisa, VELHO et al. (2009) relataram que, considerando ambos os sexos, 72% dos consumidores tinham renda familiar de quatro a seis SM.

Em Rio Verde, há predomínio do consumo de carne bovina e a compra dos POA é realizada, preferencialmente, em supermercados, sendo que a qualidade e o preço são os critérios mais adotados no momento da compra desses produtos (Tabela 3).

Tabela 3 - Distribuição de freqüência de consumo, local de compra e atributos considerados no momento da compra dos POA em Rio Verde, GO

Variável	**Porcentagem de entrevistados**
Tipos de POA consumidos	
Ovos	13,76
Leite	13,76
Carne bovina	18,82
Carne suína	8,54
Peixe	9,06
Frango	15,51
Produtos industrializados	9,06
Derivados do leite	11,49
Todos os tipos acima	42,6
Local de compra de POA	
Supermercados	64,4
Açougues	22,2
Feiras	8,8
Diretamente do produtor	4,6
Atributos considerados no momento da compra	
Origem	9,0
Rótulo	6,8
Preço	18,6
Marca	7,2
Qualidade	20,0
Sabor	8,5
Praticidade	3,9
Valor nutritivo	7,8
Higiene do local	9,0

Dentre os entrevistados 42,6% não fazem restrição ao tipo de POA, entretanto, dentre os demais, 18,82% consumem preferencialmente a carne bovina, seguida pela carne de frango, leite, ovos, derivados do leite, produtos enlatados e carne suína. Este fato pode se relacionar mais ao hábito de consumo do que a outros fatores. De acordo com BARCELLOS (2002), consumidores adquirem carne bovina porque gostam dessa carne, diferente de outros alimentos que são consumidos por obrigação, por questões de saúde, renda ou por hábito.

BEZERRA et al. (2007) em estudos em Campina Grande, PB, relataram que 47,7% dos consumidores preferiam a carne bovina, seguida pela carne de frango (21,75%), suína (17,5%) e peixe (13%). Segundo SILVA et al. (2007), a carne bovina é também a preferida entre as carne por 76% dos entrevistados em Campina Grande. Em Porto Alegre, tanto homens (81%) quanto mulheres (60,4%) também tinham preferência pelo consumo de carne bovina (VELHO et al., 2009).

Em Rio Verde, 64,4% preferiam comprar POA nos supermercados, 22,2% compravam carne nos açougues, 8,8% as feiras e 4,6% compravam diretamente de produtores. A preferência pela compra de POA em supermercados deriva da praticidade de compra de vários produtos em um mesmo local.

Foram questionados quais critérios eram considerados no momento da aquisição dos POA e obteve-se que 20% dos entrevistados consideram a qualidade do produto e 18,6% o preço, como principais atributos. BEZERRA et al. (2007) observaram resultados semelhantes em que a qualidade do produto foi mais importante no momento da compra por 39,5% dos entrevistados, seguido por higiene do local (33%) e preço (27,5%). Em pesquisa realizada em Uberlândia, MG, NUNES & CASTRO (2007), relataram que a higiene das instalações foi o atributo mais considerado (26,5%) na compra de carne de frango, sendo o preço e a praticidade considerados mais importante por 20 e 5,5% dos respondentes, respectivamente. SOUZA et al. (2008) detectaram o

mesmo atributo em Pontes e Lacerda, com higiene do local sendo de maior importância para 48,33% dos respondentes, seguido por preço (31,66%).

CONCLUSÃO

Concluiu-se que os consumidores de POA de Rio Verde, GO, são compostos predominantemente pelo sexo feminino, com ensino médio completo e renda mensal familiar média de um a três salários mínimos. Prefere o consumo de carne bovina, compra POA em supermercados e considera a qualidade do produto como o principal atributo no momento da compra.

REFERÊNCIAS

BARCELLOS, M.D. **Processo decisório de compra de carne bovina na cidade de Porto Alegre.** 2002. 167p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Curso de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS.

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,** v. 8, p. 485-493, 2007.

GRUNERT, K.G. What's in a steak? A cross cultural study on the quality perception of beef. **Food Quality and Preference,** v. 8, p, 157-174, 1997.

NUNES, C.N.F.; CASTRO, A.M.G. O agronegócio do frango: um estudo sobre os consumidores de carne de frango no Triângulo Mineiro. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 2007, São Paulo. **Anais**... São Paulo: CONVIBRA, 2007. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/2007/congresso/artigos/120.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2009.

SCHNETTLER, B. et al. Consumer willingness to pay for beef meat in a developing country: The effect of information regarding country of origin, price and animal handling prior to slaughter. **Food Quality and Preference**, v. 20, p. 156-165, 2009.

SILVA, M.L. et al. Perfil dos consumidores de carne de frango: um estudo de caso na cidade de Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul. **Informações Econômicas,** v. 37, p. 18-27, 2007.

SOUZA, G.P. et al. Caracterização de hábitos de consumo e perfil dos consumidores de carne bovina em diferentes setores de Pontes e Lacerda, MT. In: CONGRESSO INTERNO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNEMAT, 4, 2008, Pontes e Lacerda. **Anais**... Pontes e Lacerda: UNEMAT, 2008. Resumo 430.

STEENKAMP, J.B. Dynamics in consumer behavior with respect to agricultural and food products. In: AGRICULTURAL MARKETING AND CONSUMER BEHAVIOR IN A

CHANGING WORLD (Wierenga B., Van Tilburg, A., Grunert, Steenkamp J.B.E., Wedel M., eds). Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, Netherlands, pp. 143-188.

VELHO, J.P. et al. Disposição dos consumidores porto-alegrenses à compra de carne bovina com certificação. **Revista Brasileira de Zootecnia,** v. 38, p. 399-404, 2009.

SCHALY, L.M. et al. Perfil do consumidor de produtos de origem animal em Rio Verde, GO. **PUBVET**, Londrina, V. 4, N. 38, Ed. 143, Art. 967, 2010.

VERBEKE, W.; VACKIER, I. Profile and effects of consumer involvement in fresh meat. **Meat Science**, v. 67, p. 159-168, 2004.