pubvet
MEDICINA VETERINÁRIA E ZOOTECNIA
ISSN 1982-1263
https://doi.org/10.31533/pubvet.v14n3a527.1-9

Perfil do consumidor de carne bovina no município de Uruçuí-PI

Claudiana Barros Borges[1], Tibério Barbosa Nunes Neto[2], José Mauricio Maciel Cavalcante[2*]

[1]Especialista pelo Curso de Especialização em Agronegócio, Instituto Federal do Piauí – Campus Uruçuí. Uruçuí-PI, Brasil.
[2]Professor do Instituto Federal do Piauí – Campus Uruçuí. Uruçuí-PI, Brasil.
**Autor para correspondência, E-mail: mauricio.cavalcante@ifpi.edu.br*

Resumo. O presente estudo objetivou analisar o perfil e as preferências do consumidor de carne bovina na cidade de Uruçuí – PI. A metodologia utilizada foi o levantamento do tipo *survey*, de corte transversal, por meio para a aplicação de questionário estruturado com a finalidade de se obter informações sobre o perfil e hábitos de consumo de carne bovina no referido município. A pesquisa foi realizada nos meses de novembro a dezembro de 2016 na cidade de Uruçuí-PI, com residentes escolhidos aleatoriamente nos bairros Aeroporto, Água Branca, Centro e Malvinas, totalizando 60 entrevistados, sendo 15 pessoas entrevistadas para cada bairro. O questionário constituía-se de 13 questões abordando a preferência de consumo de variedades de carnes e cortes bovinos, a quantidade, a frequência de consumo, bem como características do local de compra e qualidade da carne bovina ofertada. As famílias uruçuienses têm preferência por carne bovina às demais carnes, adquirida em açougues, sendo a costela o corte mais consumido. A pesquisa demonstrou que o consumo de carne bovina pela maioria das famílias é de duas a três vezes por semana, com a quantidade de dois a cinco quilos comprada semanalmente. Os entrevistados consideram importante a aparência do produto e que a aparência e higiene do local também influenciam o cliente na hora da compra. Embora muitos dos entrevistados consumam carne bovina regularmente, estes a consideram que é um alimento caro, porém nutritivo.

Palavras chave: agronegócio, atributos da carne, hábitos de consumo

Bovine meat consumer profile in Uruçuí-PI

Abstract. The present study aimed to analyze the profile and preferences of the beef consumer in the city of Uruçuí - PI. The methodology used was survey type, cross-sectional, through the application of a structured questionnaire in order to obtain information on the profile and habits of beef consumption in that municipality. The research was conducted from November to December 2016 in Uruçuí-PI, with residents randomly selected in the neighborhoods Aeroporto, Água Branca, Centro and Malvinas, totaling 60 respondents, 15 people interviewed for each neighborhood. The questionnaire consisted of 13 questions addressing the consumption preference of different varieties of meat and beef cuts, the quantity, frequency of consumption, as well as characteristics of the purchase place and quality of beef offered. The families of Uruçui have preference for beef, purchased from butchers, with the rib being the most consumed cut. Research has shown that the consumption of beef by most households is two to three times a week, with two to five kilograms purchased weekly. The respondents consider important the appearance of the product and that the appearance and hygiene of the place influence the customer at the time of purchase. Although many of the respondents regularly consume beef, they consider it an expensive meat, but a nutritious food.

Keywords: agribusiness, meat attributes, consumer habits

Perfil del consumidor de carne en el municipio de Uruçuí-PI

Resumen. El presente estudio tuvo como objetivo analizar el perfil y las preferencias del consumidor de carne de res en la ciudad de Uruçuí - PI. La metodología utilizada fue el tipo de *survey*, transversal, mediante la aplicación de un cuestionario estructurado para obtener información sobre el perfil y los hábitos de consumo de carne en ese municipio. La investigación se realizó de noviembre a diciembre de 2016 en la ciudad de Uruçuí-PI, con residentes seleccionados al azar en los barrios Aeroporto, Água Branca, Centro y Malvinas, con un total de 60 encuestados, 15 personas entrevistadas para cada barrio. El cuestionario constaba de 13 preguntas que abordan la preferencia de consumo de diferentes variedades de carne y cortes, la cantidad, frecuencia de consumo, así como las características del lugar de compra y la calidad de la carne ofrecida. Las familias del Uruçuí prefieren la carne de res a otras carnes, compradas en carnicerías, siendo la costilla el corte más consumido. La investigación demostró que el consumo de carne de res en la mayoría de las familias es de dos a tres veces por semana, con dos a cinco kg compradas semanalmente. Los entrevistados consideran que la apariencia del producto es importante y la apariencia e higiene del lugar también influyen en el cliente al momento de la compra. Aunque muchos de los entrevistados consuman carne bovina regularmente, estos consideran que es un alimento caro, sin embargo, nutritivo.

Palabras clave: agronegócio, atributos de la carne, hábitos de consumo

Introdução

O Brasil se configura como um dos maiores produtores e consumidores mundiais de carne bovina, sendo o segundo maior produtor, responsável por 17,5% da produção mundial desta carne e o terceiro maior consumidor de carne bovina do mundo, com 13,7% deste mercado (ANUALPEC, 2019; FAPRI, 2019). A importância do mercado interno é evidenciada quando 79,6% da produção nacional de carne bovina são destinadas ao público interno, com consumo per capita de 42,1 kg/ano (ABIEC, 2019). Dada esta importância do mercado interno, é fundamental conhecer o perfil do consumidor, entendendo seu comportamento na tomada de decisão e dos processos que envolvem as motivações de compra (Moreira et al., 2017).

Mudanças socioeconômicas e demográficas que repercutem na renda das famílias resultam em mudanças no padrão de consumo de carne (Schlindwein & Kassouf, 2006). Tais mudanças podem ser observadas em cidades que passam por rápidas transformações, a exemplo das cidades que se situam em fronteiras agrícolas como o Matopiba, região dos estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia onde se desenvolve agricultura de alta produtividade com uso intensivo de tecnologia (Belchior et al., 2017). No Estado do Piauí destaca-se o município de Uruçuí, grande produtor de grãos, sendo quarto município de maior PIB e o primeiro quanto ao PIB per capita no estado (Cunha & Nunes, 2019). A instalação de empresas ligadas ao agronegócio alavancou a abertura de novos empreendimentos comerciais no município, com ofertas de bens e serviços para a população, incorporando novos hábitos de consumo (Alves, 2005; Dias-Filho & Ferreira, 2008). Neste sentido, torna-se relevante conhecer como estas mudanças impactaram no padrão de consumo da população, particularmente o da carne bovina.

Este trabalho teve como objetivo traçar o perfil do consumidor de carne bovina do município de Uruçuí - PI, identificando os principais tipos de carnes e os cortes bovinos mais consumidos pela população, bem como a quantidade e frequência de seu consumo.

Material e métodos

O presente trabalho foi realizado na cidade de Uruçuí - PI (latitude: 07°13’46” S; longitude: 44°33’22” W), no período de novembro a dezembro de 2016. O município está localizado no Sudoeste Piauiense, Microrregião do Alto Parnaíba, com população de 20.149 habitantes, distribuídos numa área de 8.412 km², com densidade demográfica de 2,40 habitantes/km^2, salário médio mensal de 2,1 salários mínimos e Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,631 (CEPRO, 2014; IBGE, 2019).

Foi realizada uma pesquisa descritiva, por meio de um levantamento do tipo *survey*, de corte transversal, por meio da aplicação de questionário estruturado com a finalidade de se obter informações sobre o perfil e hábitos de consumo de carne bovina no referido município.

A pesquisa consistiu na realização de entrevistas com a aplicação de questionário com 13 perguntas fechadas e abertas, que buscou analisar o perfil socioeconômico (sexo; idade; estado civil; grau de escolaridade e renda familiar) e as preferências do consumidor local (preferência do tipo de carne; frequência de consumo e quantidade de carne bovina adquirida semanalmente; preferência de aquisição de cortes cárneos adquirido; preferência de local de compra da carne bovina; aspectos do local que influenciam a compra; atributos da carne bovina considerados na hora da compra; qualidade da carne para a saúde). Os questionários foram aplicados a 60 moradores da cidade, consumidores de carne bovina, escolhidos aleatoriamente e distribuídos em quatro bairros do município (Aeroporto, Água Branca, Malvinas e Centro).

Os dados obtidos nos questionários foram tabulados e submetidos à análise estatística descritiva sob a forma de distribuição de frequência e apresentados graficamente com uso de editor de planilha eletrônica (Microsoft Office Excel 2013®) para melhor interpretação dos resultados percentuais das respostas obtidas.

Resultados e discussão

Quanto ao perfil socioeconômico, a maioria dos entrevistados eram mulheres (82%), em relação aos homens (18%). O predomínio de mulheres entre os compradores de carne bovina tem sido observado por outros autores e reflete o papel atribuído às mulheres como as principais responsáveis pela aquisição de alimentos para as suas famílias (Schaly et al., 2010; Schnettler et al., 2009; Verbeke & Ward, 2006).

A faixa etária predominante dos consumidores entrevistados foi entre 30 e 39 anos (40% dos respondentes). Os demais se distribuíram respectivamente nas seguintes faixas: entre 20 e 29 anos de idade (15%); entre 40 e 49 anos de idade (23%); entre 50 e 59 (20%) e acima de 60 anos de idade (somente 2% dos entrevistados). O predomínio de faixa etária semelhante ao encontrado no presente trabalho também foi observado por outros autores (Brandão et al., 2012; Dias et al., 2015) e sugere um público adulto jovem consumidor de carne bovina no município de Uruçuí.

Com relação ao grau de instrução, 73,3% dos entrevistados possuíam pelo menos o ensino médio, sendo 18,3% com apenas ensino médio; 16,7% com ensino superior incompleto, 30% com ensino superior completo e 8,3% com pós-graduação. Estes dados são compatíveis aos encontrados em outros estudos com consumidores de carne bovina (Bruhn et al., 2015; Dias et al., 2015; Schaly et al., 2010) onde mais da metade dos entrevistados apresentavam pelo menos ensino médio completo. Além disso, a minoria dos entrevistados do presente trabalho (1,67%) não possuía algum nível de escolarização (analfabetos), percentual este compatível ao encontrado por Dias et al. (2015) em Campo Grande (MS). O nível de escolarização influencia na escolha e exigência de produtos cárneos de melhor qualidade (Kirinus et al., 2013), de modo ser razoável supor que a maior escolaridade por parte dos consumidores uruçuienses, como visto neste trabalho, favorece a conscientização por parte dos mesmos de exigir carnes de melhor qualidade e padrão sanitário.

Quanto ao estado civil dos entrevistados, os casados correspondem a 55%, enquanto solteiros aparecem com 35%, viúvos configuram 7% e separados correspondem a 3% dos respondentes. Estes resultados são condizentes com os encontrados em outros levantamentos sobre o perfil do consumidor da carne bovina, onde verificaram um maior percentual de entrevistados casados em relação a outras categorias de estado civil (Dias et al., 2015; Nascimento et al., 2018).

Com relação a renda familiar dos entrevistados, destacou-se a classe que ganha até R$ 1.000,00, que representou 43% dos respondentes, enquanto os que possuem renda de R$1.001,00 a R$2.000,00 representam 37%. Os entrevistados com renda de R$ 2001,00 a R$ 3.000,00 somam 17% dos respondentes. As faixas salariais de R$ 3001,00 a 5.000,00 somam apenas 3% dos entrevistados. Estes resultados apontam que 80% dos entrevistados ganham até 2,3 salários mínimos (R$ 880,00 para o ano 2016), compatível com a faixa de renda encontrada em pesquisas similares (Dias et al., 2015; Nascimento et al., 2018; Schaly et al., 2010). O nível de renda é um importante fator que determina o

consumo de carne e seu aumento eleva as chances de consumo e de despesas com a carne bovina (Schlindwein & Kassouf, 2006).

Quanto à preferência pelos diferentes tipos de carne, verifica-se que a carne bovina apresentou maior preferência de consumo, seguida pela carne de frango e pela carne de peixe. As carnes de caprinos e suínos foram as menos citadas entre as opções de preferência pelos entrevistados (Figura 1). A preferência pela carne bovina em relação aos demais tipos de carne também têm sido encontrada em outros autores (Dias et al., 2015; Guerrero et al., 2018; Nascimento et al., 2018; Schaly et al., 2010; Velho et al., 2009; Vital et al., 2018). Eiras et al. (2017) argumentam que os consumidores adquirem carne bovina por uma preferência intrínseca a este tipo de carne, demonstrando atitude favorável e simpatia pelo seu consumo.

Quanto à frequência de consumo de carne bovina pelos entrevistados (Figura 2), percebeu-se que a grande maioria consome carne bovina mais de três vezes por semana, seguida de consumo entre duas e três vezes por semana, com estas duas categorias totalizando 87% dos entrevistados. A minoria restante dos entrevistados (8%) afirmou consumir carne bovina todos os dias, 3% consomem entre uma e duas vezes por mês e 2% disseram consumir carne bovina entre duas e três vezes por mês. Estes dados revelam que o consumo de carne bovina pela população do município de Uruçuí é frequente e, apesar de importante parcela da população estar na menor faixa salarial pesquisada (até R$1.000), isto não parece interferir na quantidade de vezes de carne bovina consumida semanalmente, constatando assim a preferência na escolha por esse alimento de boa parte da população do município.

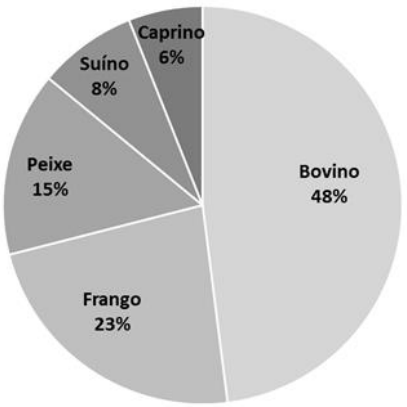

Figura 1. Preferência pelos diferentes tipos de carnes por consumidores do município de Uruçuí-PI entrevistados em novembro e dezembro de 2016.

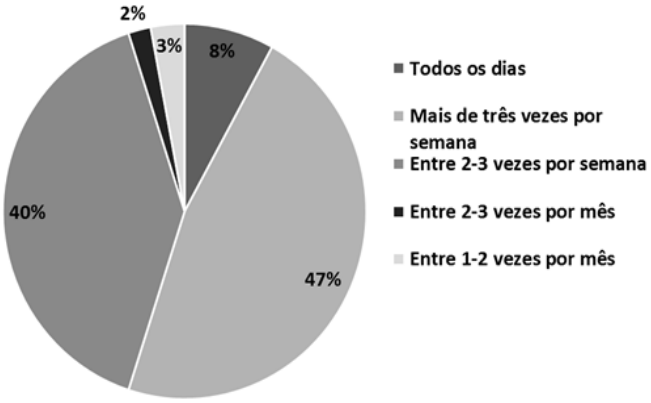

Figura 2. Frequência de consumo de carne bovina por consumidores do município de Uruçuí-PI entrevistados em novembro e dezembro de 2016.

Entretanto, estes valores são inferiores aos observados em Campo Grande/MS (Dias et al., 2015) e no Alto Pantanal Sul-mato-grossense (Nascimento et al., 2018), onde maior percentual de entrevistados consome diariamente carne bovina. Nascimento et al. (2018) observaram que entre aqueles que consomem carne duas vezes por semana, esta é substituída por outras carnes com as de frango, possivelmente relacionado ao menor preço destas carnes. É possível que entre os uruçuienses que possuem frequência semanal de consumo de carne bovina, esta possa estar substituindo nos demais dias por carne de frango, a segunda carne mais consumida entre os entrevistados, conforme já comentado anteriormente (Figura 1).

Quanto ao local de compra, a aquisição no açougue foi à única citada pelos respondentes (100%). Em parte, isto pode ser explicado pela inexistência de supermercados no município. Entretanto, há outros locais, a exemplo do abate particular, feiras livres etc., mas estes também não foram citados. Os supermercados são os principais locais de compra de carne bovina em muitas localidades, seguido de açougues (Amaral et al., 2012; Brisola & Castro, 2005a; Eiras et al., 2017; Guerrero et al., 2018; Schaly et al., 2010). A compra em açougues está relacionada à comodidade e a praticidade oferecida pelos pontos de venda, como a proximidade da residência e fidelidade ao local da compra (Brisola & Castro, 2005a).

Quanto aos fatores que influenciam os entrevistados na escolha do local de compra da carne bovina, pesaram a aparência e higiene do estabelecimento, bem como o atendimento e a qualidade dos produtos disponíveis, enquanto preço e a disponibilidade de cortes disponíveis foram fatores de menor influência (Figura 3). Estes resultados são compatíveis com outros autores onde verificaram que aparência e higiene do estabelecimento como o fator mais preponderante na escolha do local de compra de carne bovina (Dias et al., 2015; Guerrero et al., 2018; Nascimento et al., 2018; Schaly et al., 2010; Velho et al., 2009; Vital et al., 2018). De fato, características do local de compra, a exemplo da higiene, exercem influência no comportamento dos consumidores de carne, interferindo diretamente no processo de compra, assim como na qualidade percebida pelo consumidor (Brisola & Castro, 2005b).

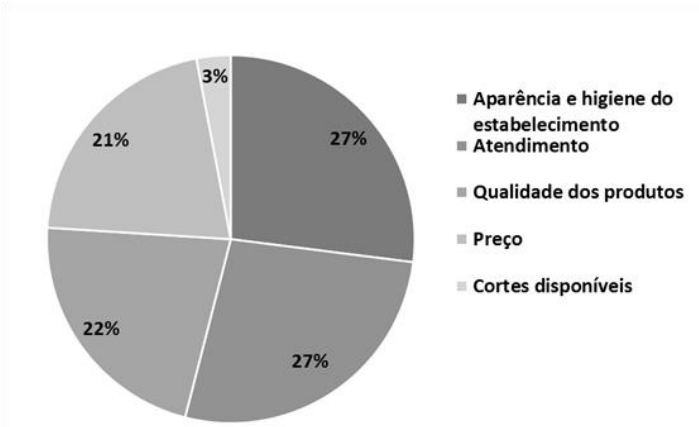

Figura 3. Fatores que influenciam na escolha do local de compra da carne bovina por consumidores do município de Uruçuí-PI entrevistados em novembro e dezembro de 2016.

Quanto aos atributos da carne bovina mais importantes na hora da compra, a aparência do produto foi considerada a mais importante pelos entrevistados (18% dos entrevistados), seguido do preço (17%). Com relação à coloração da carne, 16% deles valorizam este atributo, enquanto 15% dos entrevistados declararam se importar com seu odor. Quanto ao local de exposição da carne bovina, 11% dos entrevistados disseram ser muito importante este quesito. A espessura de gordura presente na carne foi considerada como muito importante por 8% dos entrevistados, enquanto 7% dos entrevistados responderam se importarem com a maciez da carne bovina. Apenas 4% afirmam se preocupar com a certificação e o mesmo percentual disseram se preocuparem quanto a origem e procedência da carne disponibilizada para os açougues (Figura 4).

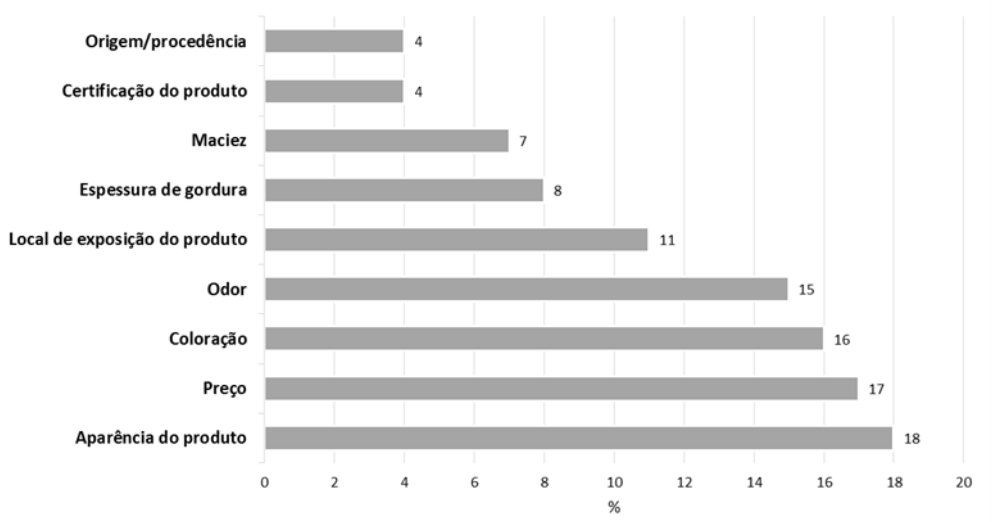

Figura 4. Atributos mais relevantes da carne bovina na hora da compra por consumidores do município de Uruçuí-PI entrevistados em novembro e dezembro de 2016.

O comportamento dos consumidores de carnes em escolher produtos pelo seu aspecto também foi observado por outros autores (Brisola & Castro, 2005a; Dias et al., 2015; Velho et al., 2009). Nascimento et al. (2018) observaram que importante parcela dos consumidores de carnes no município de Aquidauana (MS) elencaram a aparência da carne como fator de maior importância no momento de escolha do produto, em detrimento da presença do selo de inspeção sanitária. Entretanto, para consumidores da cidade de Cuiabá (MT), o principal critério de decisão para compra da carne bovina é a presença de selo de inspeção federal ou estadual, enquanto que aspecto da carne como cor e textura e cheiro foram menos citados (Bruhn et al., 2015).

O consumidor, ao analisar um produto, leva em consideração os atributos intrínsecos, como a cor ou textura, e atributos extrínsecos, como a embalagem e o preço, de modo que todas as características de um produto têm um significado que pode ou não favorecer a decisão de sua compra (Dias et al., 2015; Guerrero et al., 2018; Nascimento et al., 2018; Schaly et al., 2010; Velho et al., 2009; Vital et al., 2018). Atributos intrínsecos como cor, textura e teor de gordura estão associados pelos consumidores como indicadores sugestivos de segurança e qualidade de carne, de modo que o aspecto do produto é assumido como um indicativo de sua segurança (Lopes et al., 2017; Verbeke et al., 2010; Verbeke & Ward, 2006). A cor da carne, por exemplo, é um indicador do frescor e qualidade da carne mais aparente para os consumidores (Bruhn et al., 2015). Estes fatores podem auxiliar na explicação de que entre os consumidores do município de Uruçuí, aspectos intrínsecos inerentes à carne (aspecto, cor, odor) foram preponderantes na decisão de seu consumo que aspectos extrínsecos (preço, local de exposição, certificação).

Quando os entrevistados foram questionados sobre os cortes bovinos mais consumidos (Figura 5), a costela foi a mais citada (39% dos entrevistados), possivelmente devido ao seu preço, considerada um dos cortes mais baratos, o que a torna mais acessível aos consumidores. Esta preferência foi seguida pelo patinho (18%), coxão mole (14%) e carne maciça (sem osso) (10%), carne moída, filé e picanha (4% cada).

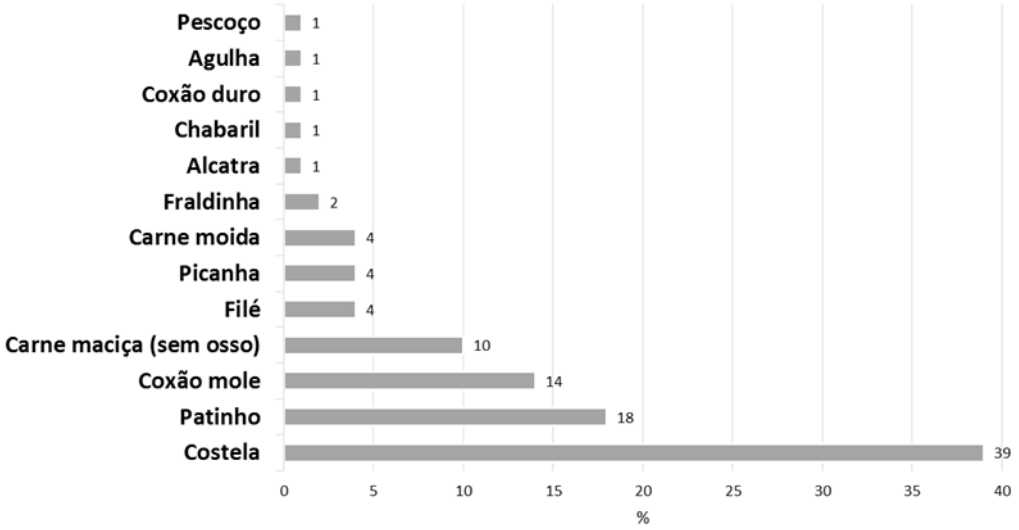

Figura 5. Principais cortes bovinos adquiridos por consumidores do município de Uruçuí-PI entrevistados em novembro e dezembro de 2016.

Os cortes da carne bovina considerados como de primeira são geralmente de preferência na escolha, porém nem sempre são adquiridos para consumo diário devido ao seu preço, de modo que o baixo poder aquisitivo da população, tal como observado neste presente trabalho, pode ser o principal fator limitante para a aquisição destes cortes cárneos (Nascimento et al., 2018).

Quando questionados sobre a quantidade de carne bovina adquirida semanalmente, os respondentes manifestaram predominantemente a aquisição de dois a cinco quilogramas de carne por semana (80% dos entrevistados). Os demais respondentes indicaram as seguintes quantidades: 17% adquiriam de 1 a 2 kg por semana; 3% mais de 5 a 10 kg por semana (Figura 6). A predominância para o consumo de carne entre dois e cinco quilogramas semanais encontram consonância com os resultados de Brisola &

Castro (2005b), onde a maior parcela dos consumidores do Distrito Federal (40,3%) consumia cerca de três quilogramas de carne por semana.

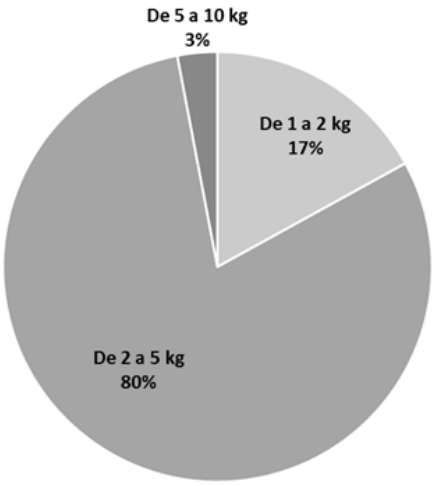

Figura 6. Quantidade de carne bovina adquirida semanalmente por consumidores do município de Uruçuí-PI entrevistados em novembro e dezembro de 2016.

Quando indagados sobre sua concordância a respeito de alguns atributos da carne bovina, a totalidade dos entrevistados (100%) concordam que a mesma é um alimento caro e 60% dos entrevistados não concordaram que a carne bovina seja saudável. Todavia, grande parcela dos respondentes (80%) não consideram a carne bovina gordurosa, afirmando ser um alimento nutritivo (96,5%) (Figura 7).

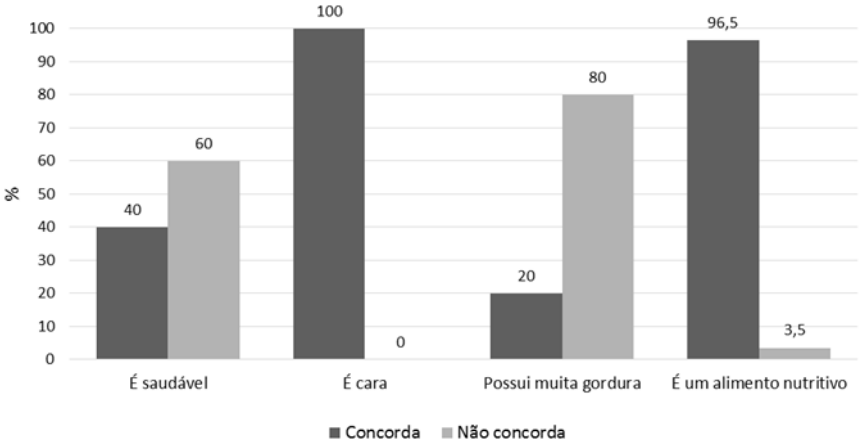

Figura 7. Concordância (em %) quanto a alguns atributos da carne bovina por parte dos consumidores do município de Uruçuí-PI entrevistados em novembro e dezembro de 2016.

Dias et al. (2015), em pesquisa sobre o perfil de consumidores de carne bovina em Campo Grande (MS), encontraram que a maioria dos entrevistados considera a carne bovina tão ou mais nutritiva que as demais carnes. Entre consumidores europeus, a carne é considerada um dos componentes para uma dieta saudável, de importância nutricional como fonte de proteína e ferro e que esta deveria ser natural, sem aditivos e hormônios que possam afetar a saúde, porém acreditam que a carne não deva ser consumida diariamente (Verbeke et al., 2010). De fato, a carne bovina é a mais importante fonte de proteína animal para a alimentação humana, cuja composição lipídica, particularmente a relação de ômega-6:ômega-3, é considerada benéfica especialmente em carnes de ruminantes criados a pasto (Lima Júnior et al., 2012). Entretanto, a falta de divulgação dos benefícios do consumo de carnes, vem fazendo com que o consumidor associe o consumo da carne vermelha às doenças crônicas, câncer e problemas cardíacos (Lima Júnior et al., 2012).

Conclusões

Os consumidores do município de Uruçuí apresentam preferência pela carne bovina quando comparada às demais carnes. Apesar da maioria dos entrevistados se encontrar nas menores faixas de renda avaliadas e considerarem a carne bovina cara e não saudável, estes a adquirem semanalmente e em quantidade, tendo a costela o principal corte, adquirido em açougues. Apesar do preço ser um fator relevante, os consumidores uruçuienses são exigentes quanto à qualidade do local de compra e do produto ofertado, dando grande importância à aparência/higiene do estabelecimento, atendimento e qualidade da carne comercializada.

Referências bibliográficas

ABIEC. (2019). *Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes.* Beef Report - Perfil da Pecuária Brasileira. Disponível em: http://www. http://abiec.com.br/publicacoes/beef-report-2019/ Acessado em: 17/11/2019.

Alves, V. E. L. (2005). *Barreiras/Luís Eduardo Magalhães (BA), Balsas (MA), Uruçuí/ Bom Jesus (PI): as novas cidades para o agronegócio nos cerrados nordestinos*. In: Simpósio Nacional de Geografia Agrária, 3, Presidente Prudente. Anais[...] Presidente Prudente: Unesp.

Amaral, D. S., Cardoso, D. S. G., Pessoa, T., & Moura Neto, L. G. (2012). Perfil dos consumidores da carne de sol comercializada nos municípios de Caicó e Currais Novos. *Acta Veterinária Brasilica*, *6*(4), 211–302.

ANUALPEC. (2019). *Anuário da Pecuária Brasileira* (20th ed., Vol. 1). Instituto FNP.

Belchior, E. B., Alcantara, P. H. R., & Barbosa, C. F. (2017). Perspectivas e desafios para a região do Matopiba. *Embrapa*, *16*, 1–3.

Brandão, F. S., Ceolin, A. C., Canozzi, M. E. A., Revillion, J. P. P., & Barcellos, J. O. J. (2012). Confiança e agregação de valor em carnes com indicação geográfica. *Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia*, *64*(2), 458–467.

Brisola, M. V., & Castro, A. M. G. (2005a). Preferências do consumidor de carne bovina do Distrito Federal pelo ponto de compra e pelo produto adquirido. *Caderno de Pesquisas em Administração*, *12*(1), 81–99.

Brisola, M. V., & Castro, A. M. G. (2005b). Sintonia da informação sobre as preferências dos consumidores de carne bovina entre os agentes da cadeia de produção no Distrito Federal. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, *7*(3), 370–381.

Bruhn, F. R. P., Lopes, M. A., Faria, P. B., Junqueira, L. V., & Rocha, C. M. B. M. (2015). Fatores associados à percepção e atitude de consumidores de carne bovina com certificação de origem. *Brazilian Journal of Veterinary Medicine*, *37*(4), 371–378.

CEPRO - Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí. (2014). *Diagnóstico socioeconômico do município de Uruçuí. 2014.* Disponível em: http://www.cepro.pi.gov.br/download/201106/CEPRO21_0b5fab9677.pdf (Acesso em 19 novembro de 2019).

Cunha, E. S., & Nunes, F. R. N. (2019). Mapeamento do crescimento da área urbana e área de plantio em Uruçuí com o uso de imagens do landsat 5 e 8/Urban area growth mapping and planting area in Uruçuí using images of landsat 5 and 8. *Brazilian Journal of Development*, *5*(2), 1459–1466.

Dias-Filho, M. B., & Ferreira, J. N. (2008). *Barreiras à adoção de sistemas silvipastoris no Brasil*. Embrapa Amazônia Oriental.

Dias, L. D. B., Isernhagen, L., Brumatti, R. C., Faria, F. J. C., Franco, G. L., Kiefer, C., & Ítavo, C. C. B. F. (2015). Estudo sobre o padrão de consumo da carne bovina na cidade de Campo Grande, MS, Brasil. *Boletim de Indústria Animal*, *72*(2), 148–154.

Eiras, C. E., Guerrero, A., Valero, M. V, Pardo, J. A., Ornaghi, M. G., Rivaroli, D. C., Sañudo, C., & Prado, I. N. (2017). Effects of cottonseed hulls levels in the diet and aging time on visual and sensory meat acceptability from young bulls finished in feedlot. *Animal*, *11*(3), 529–537. https://doi.org/https://dx.doi.org/10.1017/S1751731116001749.

FAPRI. (2019). *Food and Agricultural Policy Research Institute* (W. A. O. Database (ed.)). Food and

Agricultural Policy Research Institute; Iowa State University and University of Missouri-Columbia . http://www.fapri.iastate.edu/tools/outlook.aspx

Guerrero, A., Rivaroli, D. C., Sañudo, C., Campo, M. M., Valero, M. V., Jorge, A. M., & Prado, I. N. (2018). Consumer acceptability of beef from two sexes supplemented with essential oil mix. *Animal Production Science*, *58*(9). https://doi.org/10.1071/AN15306

IBGE - Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística. (2019). *Cidades: Piauí, Uruçuí*. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/urucui/ panorama >. Acesso em: 19 de nov 2019.

Kirinus, J. K., Fruet, A. P. B., Klinger, A. C. K., Dörr, A. C., & Nörnberg, J. L. (2013). Relação entre faixas de renda e o perfil dos consumidores de carne bovina da região sul do Brasil. *Revista Monografias Ambientais*, *12*(12), 2776–2784.

Lima Júnior, D. M., Nascimento, R. A. H., Urbano, S. A., Vale, M. M., & Araújo, A. L. P. (2012). Alguns aspectos qualitativos da carne bovina: uma revisão. *Acta Veterinaria Brasilica*, *5*(4), 351–358.

Lopes, M. A., Magalhães, D. R., Faria, P. B., Bruhn, F. R. P., Pereira, S. M., & Demeu, F. A. (2017). Fatores associados a disposição de consumidores em adquirir carne bovina com certificação de origem na cidade do Rio de Janeiro, Brasil. *Brazilian Journal of Veterinary Medicine*, *39*(2), 100–110.

Moreira, S. M., Silveira, I. D. B., Conto, L., Ribeiro, L. A., & Kuhl, F. N. (2017). Perfil do consumidor de carne bovina e seu conhecimento do bem-estar animal na cidade de Pelotas –RS. *Revista Científica Rural*, *19*(1), 51–59.

Nascimento, J. D., Oliveira, D. M., Rocha, T. O. F., Rohod, R. V., Piazzon, C. J., & Escobar, L. S. (2018). Perfil do consumidor de carnes do Alto Pantanal sul-mato-grossense. *Revista Acadêmica: Ciência Animal, Curitiba*, *16*, 1–9.

Schaly, L. M., Salviano, P. A. P., & de Abreu, J. M. (2010). Perfil do consumidor de produtos de origem animal em Rio Verde, GO. *PUBVET*, *4*, Art-962.

Schlindwein, M. M., & Kassouf, A. L. (2006). Análise da influência de alguns fatores socioeconômicos e demográficos no consumo domiciliar de carnes no Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, *44*(3), 549–572.

Schnettler, B., Vidal, R., Silva, R., Vallejos, L., & Sepúlveda, N. (2009). 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*, *20*(2), 156–165. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2008.07.006

Velho, J. P., Barcellos, J. O. J., Lengler, L., Elias, S. A., & Oliveira, T. E. (2009). Willingness of consumers from Porto Alegre county, Rio Grande do Sul state, for purchasing beef meat with certification. *Revista Brasileira de Zootecnia*, *38*(2), 399–404.

Verbeke, W, Van Wezemael, L., Barcellos, M. D., Kügler, J. O., Hocquette, J. F., Ueland, Ø., & Grunert, K. G. (2010). European beef consumers' interest in a beef eating-quality guarantee. Insights from a qualitative study in four EU countries. *Appetite*, *54*(2), 289–296. https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.11.013

Verbeke, W., Pérez-Cueto, J. A., Barcellos, M. D., Krystallis, A., & Grunert, K. G. (2010). European citizen and consumer attitudes and preferences regarding beef and pork. *Meat Science*, *84*(2), 284–292. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.meatsci.2009.05.001

Verbeke, W. & Ward, R. W. (2006). Consumer interest in information cues denoting quality, traceability and origin: An application of ordered probit models to beef labels. *Food Quality and Preference*, *17*(6), 453–467. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2005.05.010

Vital, A. C. P., Guerrero, A., Kempinski, E. M. B. C., Monteschio, J. O., Sary, C., Ramos, T. R., Campo, M. M., & Prado, I. N. (2018). Consumer profile and acceptability of cooked beef steks with edible and active coating containing oregano and rosemary essential oils. *Meat Science*, *143*, 153–158.

Recebido: 11 de janeiro, 2020.
Aprovado: 08 de fevereiro, 2020.
Publicado: 22 de abril, 2020.

Licenciamento: Este artigo é publicado na modalidade Acesso Aberto sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 (CC-BY 4.0), a qual permite uso irrestrito, distribuição, reprodução em qualquer meio, desde que o autor e a fonte sejam devidamente creditados