

Estudo do perfil do consumidor da carne bovina na cidade de São Luís de Montes Belos

Paula Roberta dos Santos Silva^{*1}, Laís Gabrielly Freitas Lima², Natália Terra do Carmo Soares³,
Fernando Oiwane Marques⁴, Cláudia Peixoto Bueno⁵, Rodrigo Zaiden Taveira⁵, Rodrigo
Medeiros da Silva⁶

* Discente do Curso de Zootecnia e Bolsista PBIC/ UEG - Universidade Estadual de Goiás, São Luís de Montes Belos, Goiás, Brasil; ¹Universidade Estadual de Goiás, São Luís de Montes Belos, Goiás, Brasil; ² Discente do Curso de Zootecnia e PVIC/UEG – Câmpus São Luís de Montes Belos; ³ Discente do Curso de Zootecnia e PBIC/UEG – Câmpus São Luís de Montes Belos; ⁴ Discente do Curso de Zootecnia, Câmpus São Luís de Montes Belos; ⁵ Professor Doutor UEG/ Câmpus São Luís de Montes Belos; ⁶ Professor Doutor Orientador Bolsista BIP – UEG/ Câmpus São Luís de Montes Belos.

* psantos.1@hotmail.com

Fatores econômicos como preço e renda são questões para tomadas de decisões dos consumidores, onde acabam perdendo espaço para os fatores não econômicos, como o efeito saúde, segurança alimentar, qualidade e palatabilidade do produto. Em São Luís de Montes Belos, os consumidores buscam carnes e outros alimentos de fácil e rápido preparo, e para isso as redes produtoras de carnes devem produzir alimentos acessíveis para que todas as pessoas possam estar satisfeitas. O trabalho teve como objetivo estudar o perfil do consumidor montebelense no que diz respeito ao consumo de carnes e conhecer as características sensoriais da carne bovina adquirida. Foi elaborado um questionário com 31 questões para serem aplicados em dois supermercados de maior relevância em vendas de carnes do município, abordando questões sobre percepção de carne menos saudável, preferência ou razão pelo consumo da espécie desejada (frango, bovina e suína) e após a coleta de dados os mesmos foram analisados utilizando o software Microsoft Office Excel 2007®, calculando médias, frequência e coeficiente de variação para cada questão. Através das entrevistas realizadas com os consumidores, foi possível constatar no perfil dos consumidores, que há influência na compra de carnes principalmente pela renda da maioria dos entrevistados, caracterizada como baixa, que busca menor preço do produto e, raramente o aspecto qualitativo. Os resultados mostram que 51% dos entrevistados comprem carnes pelo preço, já a influência nas características sensoriais preconiza 17% pela maciez, outros 16% pelo sabor, 7% pela cor, 6% pela procedência e outros 3% incluem a apresentação/embalagens, forma de preparo e raça de animais. Então, os atributos que melhor representaram a influência do consumidor na compra de carnes foram: preço, maciez, sabor, cor e aparência, respectivamente em ordem decrescente na avaliação e não se pode descartar outros aspectos importantes na hora da escolha na compra, como a praticidade de preparo do alimento.

Palavras-chave: mercado, cortes comerciais, questionários, preço, exigência