

## PERFIL DO SOCIOECONÔMICO DO CONSUMIDOR DE CARNE VERMELHA NA CIDADE DE PELOTAS – RS

CLEDERSON IDENIO SCHMITT<sup>1</sup>; SHEILLA MADRUGA MOREIRA<sup>2</sup>; LEANDRO DE CONTO<sup>3</sup>, CAROLINE MAGALHES BUENO<sup>4</sup>, MONIQUE SÓRIA FERREIRA<sup>5</sup>, ISABELLA DIAS BARBOSA SILVEIRA<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal Pelotas - RS – [schmittproducoes@gmail.com](mailto:schmittproducoes@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal Pelotas - RS – [sheillammoreira@gmail.com](mailto:sheillammoreira@gmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal Pelotas - RS – [deconto@agronomo.eng.br](mailto:deconto@agronomo.eng.br)

<sup>4</sup>Universidade Federal Pelotas - RS – [krol@msn.com](mailto:krol@msn.com)

<sup>5</sup>Universidade Federal do Pampa – RS - [monique\\_soria@hotmail.com](mailto:monique_soria@hotmail.com)

<sup>6</sup>Universidade Federal Pelotas - RS – [barbosa-isabella@hotmail.com](mailto:barbosa-isabella@hotmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O conhecimento do perfil do consumidor socioeconômico de carne vermelha na cidade de Pelotas – RS, contribui para servir como auxílio do *marketing* da cadeia da carne vermelha, seja para açougues ou mercados, AGUIAR (2006) aponta que em uma cadeia efetiva de carne vermelha deveria funcionar segundo os princípios fundamentais de *marketing*, baseados na orientação de mercado e suportados pela identificação das necessidades e preferências dos consumidores e pela satisfação total destas necessidades.

De acordo com SOLOMON (1996), o comportamento do consumidor é o estudo de processos envolvidos quando um indivíduo, ou um grupo selecionado, compra, usa ou dispõe de produtos, serviços, ou experiências para satisfazer as necessidades e desejos. Sendo que para estudá-los normalmente se utilizam de estatísticas sócio demográficas para medir os aspectos observáveis tais como idade, gênero, classe social, tipo de domicílio, raças, geografia e renda, como forma de segmentar a população estudada (BARCELLOS, 2002).

O trabalho tem como objetivo de avaliar o perfil socioeconômico do consumidor de carne vermelha em relação na cidade de Pelotas – RS. Através da identificação de algumas características como, sexo, idade, no momento da aquisição de carne vermelha.

### 2. METODOLOGIA

A pesquisa foi entre os meses de Agosto e Outubro de 2013 na cidade de Pelotas – RS. Durante o período do experimento foram entrevistados 542 consumidores de carne bovina, sendo que o número de entrevistados, foi obtido através da fórmula para irrestrito aleatória probabilística amostragem (SCHEAFFER et al, 1996) de acordo com a população do município de Pelotas no Censo de 2010 que era de 328. 275 habitantes (IBGE, 2014). Considerando-se 95% de confiança, 5% de erro de estimativa e um máximo dispersão ( $p = q = 0,5$ ), a equação utilizada para obter o tamanho da amostra ( $n$ ) foi a seguinte:

$$n = \frac{(n - \sqrt{pq})^2}{N^2 D + Npq}$$

Onde: N= o tamanho da população, D= desvio padrão da estimativa

Os dados foram obtidos em pontos estratégicos da cidade como açougue, e supermercado, onde os consumidores responderam um questionário com

perguntas fechadas sobre o tema proposto. Os entrevistados foram escolhidos ao acaso e a abordagem se fez através de contato direto do entrevistador e entrevistado, dentro do estabelecimento comercial ou mesmo durante a compra de carne bovina. Foi realizada uma análise estatística descritiva com distribuição de frequências e para comparar as frequências foi utilizado o teste Qui-Quadrado ( $p=0,05$ ).

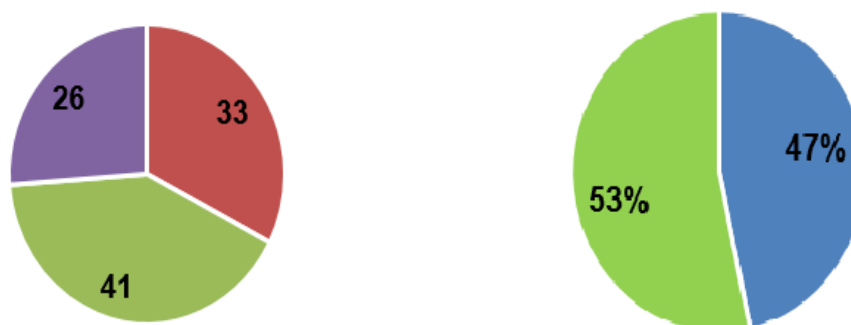
### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi observado que em relação ao sexo, o perfil é composto por homens 53% e apenas 47% eram do sexo feminino (Fig. 1), corroborando pelos resultados obtidos de PORTO et al. (2006) que também pesquisou o perfil do consumidor na cidade de Pelotas - RS. Ao compararmos os dados obtidos na cidade de Pelotas – RS com os dados obtidos por RODRIGUES (2009) na região da grande Vitória – ES pode-se notar que nessa região as mulheres são as que mais compram carnes, com um percentual de 60,62% contra apenas 39,38% dos homens, sendo diferente dos dados obtidos na cidade de Pelotas – RS.

Ao confrontar os dados obtidos da pesquisa realizada em 2013 com o trabalho de PORTO et al. (2006) observou que não ocorreu uma mudança do perfil do consumidor de carnes no período de sete anos do trabalho acima citado. Isso comprova que o mercado de carnes na cidade de Pelotas – RS em relação ao sexo dos consumidores de carnes se mantém estagnado. Dos entrevistados, a faixa etária foi de 33% com idade até 35 anos, 41% possui entre 35 e 40 anos e 26% acima dos 55 anos (Fig.1), isso representa que o responsável pela aquisição da carne é um público economicamente ativo.

Resultados semelhantes aos encontrados por PORTO et al. (2006) também na cidade de Pelotas – RS, apresentou 60% dos consumidores estavam na faixa etária dos 20 – 30 anos, 21% na faixa dos 31 – 40 anos e dos 41 – 50 também 21%, já na faixa dos 51 – 60 anos foi de 17% e acima dos 60 anos 14%. Porém a faixa etária de Pelotas – RS é diferentemente da faixa etária dos consumidores da região de Goiânia – Go que a média de idade é de 30 a 39 anos (DE SOUZA 2011), e também do perfil do consumidor de Parintins – AM que foi de 25% com

Figura 1. Sexo e Idade dos entrevistados na cidade de Pelotas RS (%)



■ Até 35 anos ■ De 35 a 54 anos ■ 55 anos ou mais ■ Feminino ■ Masculino  
idade entre 25 a 34 anos e 24% possui entre 18 e 24 anos OLIVEIRA et al (2012).

## 4. CONCLUSÕES

O perfil socioeconômico de consumidores de carne bovina na cidade de Pelotas- RS é diferente de outras regiões do país. É composto em maior porcentagem por homens, sendo que a aquisição do alimento é realizada predominantemente pela faixa etária economicamente ativa.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, L.K. Mudanças recentes no comportamento do consumidor no Reino Unido e seu impacto na cadeia de carne vermelha no Sul do Brasil. In: Jornada Técnica em Sistemas de Produção de Bovinos de Corte e Cadeia Produtiva: Tecnologia, Gestão e Mercado, 1., 2006, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS – DZ – NESPRO, 2006. (CD-ROM).

DE SOUZA, P. A. R. MOURAD, C. B.; SPROESSER, R. L.; NOVAES, A. L. Perfil dos Consumidores de Carne Bovina da Região Centro-Oeste. **Rev. Cesumar Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, v.16, n.2, p.497-520, 2011.

IBGE. **CIDADES@**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Brasília – DF, 20 jun. 2014. Online. Disponível em: <http://cod.ibge.gov.br/232JP>

PORTO, R. G.; KOHLS, V. K.; RIGATTO, P. Perfil e Hábitos do Consumidor Final de Carnes em Pelotas-RS. **Rev. Eletrônica de Administração**, v.12, n.6 nov-dez 2006, p. 691-710, 2006.

OLIVEIRA, É. C. D. de; SILVA, M. A. L. da; XAVIER, P.; AZEVEDO, B. F. de. Perfil do Consumidor de Carne Bovina na Região Metropolitana de Parintins - AM. In: **VII CONNEPI**, Palmas – TO, 2012. **Anais....** Palmas: Instituto Federal do Tocantins, 2012.

SCHEAFFER, R., W.; MENDWENHALL, Y L. Elementos de muestreo. 321 p. Grupo Editorial Iberoamericana S.A., Ciudad de México, México. 1996.