

HÁBITOS DE CONSUMO DA CARNE BOVINA EM FORTALEZA/CE

XV Encontro de Experiências Estudantis

Juliana da Silva Monteiro, Larissa de Alencar Gurgel, Gabriella da Silva Pires, Francislene Silveira Sucupira

Considerada como uma proteína de alto valor biológico, a carne bovina está presente na mesa do consumidor. Entretanto, muitos vêm reduzindo a ingestão de carne em virtude do aumento dos preços. Objetivou-se avaliar os hábitos de consumo de carne bovina na cidade de Fortaleza (CE). As entrevistas foram realizadas durante o período de maio a agosto de 2021, com o método “survey”, comum em pesquisas de opinião pública de mercado e pesquisas sociais. Neste, há realização de uma entrevista na qual várias perguntas relacionadas ao tema estudado são feitas aos participantes por meio da aplicação de um questionário estruturado com perguntas fechadas obrigatórias para obter padronização na coleta de dados. Visto que a pesquisa foi realizada durante o período da pandemia, os questionários foram aplicados por meio digital utilizando a ferramenta Google Forms. O estudo apresentou caráter descritivo e quantitativo. A análise de dados foi realizada com a quantificação dos questionários, para o qual foi aplicado o método de tabulação simples, ou seja, contagem simples da frequência de cada categoria. Foram entrevistadas 233 pessoas residentes em Fortaleza (CE). De acordo com os resultados, 52,8% dos entrevistados come carne de 1 a 3 vezes na semana sendo a maioria destes com renda entre 1 a 3 salários mínimos, o que explica a baixa frequência de consumo. Cerca de 79% dos entrevistados compra carne no supermercado, enquanto 38,6% indica preferência pela compra em frigoríficos. De acordo com a pesquisa, os cortes nobres são os preferidos (48,9%), principalmente, em função do sabor (60,9%). Com relação à acessibilidade da carne bovina para a sociedade, 74,7% afirmaram que não é acessível, devido ao seu alto custo. Nesse sentido, conclui-se que a carne bovina é um alimento apreciado pelos fortalezenses, mas tem custo exacerbado se considerarmos a renda da maior parte dos entrevistados, o que explica, assim, a baixa frequência de consumo.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor. Renda. Satisfação.