

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO – UEMA
CAMPUS BARRA DO CORDA
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

ANTONIO JARDSON DA SILVA LIMA

**O PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE BOVINA NO MUNICÍPIO DE
BARRA DO CORDA-MA**

Barra do Corda
2025

ANTONIO JARDSON DA SILVA LIMA

**O PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE BOVINA NO MUNICÍPIO DE
BARRA DO CORDA-MA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Tecnologia na Gestão do
Agronegócio da Universidade Estadual do
Maranhão, como parte do requisito para a
obtenção de título.

Orientadora: Profa. Esp. Raiane de Sousa
Andrade Lima

Barra do Corda
2025

Ficha Catalográfica

Lima, Antonio Jardson da Silva.

O perfil do consumidor de carne bovina no município de Barra do Corda-MA / Antonio Jardson da Silva Lima. - Barra do Corda - MA, 2025.
44 f.

Monografia (Tecnólogo em Tecnologia em Gestão do Agronegócio) -
Universidade Estadual do Maranhão, Campus Barra do Corda, 2025.

Orientadora: Profa. Esp. Raiane de Sousa Andrade Lima.

1. Carne Bovina. 2. Perfil do Consumidor. 3. Mercado Local. I. Título.

CDU: 613.281(812.1)

Elaborado por Luciana de Araújo - CRB 13/445

ANTONIO JARDSON DA SILVA LIMA

O PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE BOVINA NO MUNICÍPIO DE BARRA DO CORDA-MA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Tecnologia na Gestão do Agronegócio da Universidade Estadual do Maranhão, como parte do requisito para a obtenção de título.

Aprovada em: 03/12/2025

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 **RAIANE DE SOUSA ANDRADE LIMA**
Data: 15/12/2025 16:56:23-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Esp. Raiane de Sousa Andrade Lima
Universidade Estadual do Maranhão – UEMA Orientadora

Documento assinado digitalmente
 **VIVIANE NAVA GALVAO TAVARES**
Data: 17/12/2025 20:37:32-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Esp. Viviane Nava Galvão Tavares
Universidade Estadual do Maranhão – UEMA Examinadora

Documento assinado digitalmente
 **LUAN DAYNO FERREIRA ARAUJO**
Data: 15/12/2025 19:48:56-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Esp. Luan Dayno Ferreira Araújo
Universidade Estadual do Maranhão – UEMA Examinador

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho. Em primeiro lugar, agradeço imensamente à minha família, pelo apoio incondicional, amor e motivação que sempre recebi. Aos meus pais e irmãos, por estarem sempre ao meu lado, me incentivando a seguir em frente, e à minha esposa, pelo suporte emocional e paciência, especialmente durante os momentos mais desafiadores da pesquisa.

Agradeço também aos professores do curso, cuja dedicação e sabedoria foram fundamentais para o meu crescimento acadêmico e pessoal. Cada ensinamento teve um impacto importante no desenvolvimento deste trabalho.

Um agradecimento especial à minha orientadora, Professora Raiane, por sua orientação, paciência e compromisso com minha pesquisa. Seu direcionamento e orientação sempre foram valiosas e me guiaram de forma exemplar ao longo de todo o processo.

A todos que contribuíram direta ou indiretamente para que este estudo fosse possível, o meu muito obrigado.

Dedico essa conquista a Deus, meus pais e minha esposa.

“Estudar o comportamento do consumidor é entender os valores, as escolhas e os reflexos de uma sociedade nas decisões cotidianas, revelando não apenas necessidades, mas também aspirações e identidades.”

José Cavalcante

RESUMO

A carne bovina é um dos alimentos mais consumidos no Brasil, com grande importância cultural, social e nutricional. No interior do país, como em Barra do Corda-MA, ela ocupa uma posição ainda mais relevante, refletindo tradições familiares e comunitárias. Este estudo tem como objetivo analisar o perfil do consumidor de carne bovina em Barra do Corda, considerando fatores socioeconômicos e culturais que influenciam suas escolhas alimentares. Parte-se da seguinte situação problema: qual é o perfil do consumidor de carne bovina em Barra do Corda-MA e como suas características socioeconômicas e preferências influenciam esse consumo? A pesquisa foi realizada com uma abordagem quantitativa e descritiva, utilizando questionários aplicados a cem consumidores locais. Os resultados revelaram que a carne bovina é consumida regularmente pelas famílias da cidade, sendo um alimento essencial e associado a momentos de socialização, como churrascos e refeições familiares. Além disso, o preço, o sabor e a textura foram identificados como os principais fatores que influenciam a decisão de compra. A pesquisa também apontou que a maioria dos consumidores prefere adquirir carne em açougues tradicionais, o que destaca a confiança nas relações de compra locais. A análise dos dados mostra que o consumo de carne bovina em Barra do Corda está ligado a fatores socioeconômicos, com a renda familiar sendo um dos determinantes nas escolhas alimentares. Este estudo contribui para o fortalecimento da cadeia produtiva local e para o aprimoramento de estratégias de comercialização, além de abrir caminhos para pesquisas futuras sobre hábitos alimentares e o impacto das mudanças no mercado de carnes na região.

Palavras-chave: Carne Bovina. Perfil do Consumidor. Mercado Local.

ABSTRACT

Beef is one of the most consumed foods in Brazil, with significant cultural, social, and nutritional importance. In rural areas, such as Barra do Corda-MA, it holds an even more relevant position, reflecting family and community traditions. This study aims to analyze the beef consumer profile in Barra do Corda, considering the socioeconomic and cultural factors that influence their food choices. The research problem is as follows: what is the profile of the beef consumer in Barra do Corda-MA, and how do their socioeconomic characteristics and preferences influence this consumption? The research was conducted with a quantitative and descriptive approach, using questionnaires applied to one hundred local consumers. The results revealed that beef is regularly consumed by families in the city, being an essential food associated with socialization moments, such as barbecues and family meals. Additionally, price, flavor, and texture were identified as the main factors influencing the purchasing decision. The research also pointed out that most consumers prefer to buy beef from traditional butcher shops, highlighting the trust in local buying relationships. Data analysis shows that beef consumption in Barra do Corda is linked to socioeconomic factors, with family income being one of the determinants in food choices. This study contributes to strengthening the local production chain and improving marketing strategies, as well as opening paths for future research on eating habits and the impact of changes in the meat market in the region.

Keywords: Beef. Consumer Profile. Local Market

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AGED-MA – Agência Estadual de Defesa Agropecuária do Maranhão

FUNDEPEC-MA – Fundo de Desenvolvimento da Pecuária do Estado do Maranhão

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IMESC – Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 Mercado Consumidor e Comercialização da Carne Bovina	11
2.2 Comportamento de Compra do Consumidor de Carne Bovina	14
2.3 Tendências e Desafios no Mercado de Carne Bovina	17
2.4 Perfil do Consumidor de Carne Bovina: Brasil e Nordeste	18
3 METODOLOGIA	20
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	22
4.1 Perfil Socioeconômico dos Entrevistados	22
4.2 Padrões de Consumo	27
4.3 Motivações e Preferências	32
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS	37
APÊNDICE	41
APÊNDICE A – Questionário de Pesquisa	43

1 INTRODUÇÃO

A carne bovina é um ingrediente indispensável na alimentação brasileira e integra não apenas a rotina nutricional, mas também as dimensões culturais e sociais do país. Em municípios do interior, como Barra do Corda-MA, esse produto assume ainda maior relevância, por estar diretamente ligado a tradições familiares, eventos comunitários e ao próprio dinamismo do comércio local. O consumo de carne bovina reflete hábitos construídos historicamente e acompanhados por mudanças no mercado, que envolvem desde a ampliação da oferta até novas exigências voltadas à qualidade e segurança dos alimentos.

Nas últimas décadas, o perfil do consumidor passou por transformações importantes. Questões como bem-estar animal, origem do produto, textura, sabor e condições de armazenamento ganharam espaço no processo decisório de compra. Ao mesmo tempo, permanências culturais, preferências sensoriais e limitações socioeconômicas moldam o padrão de consumo em diferentes regiões do país. Com isso, estudar o comportamento do consumidor no contexto cordino permite compreender como esses elementos se articulam e como influenciam o mercado local.

Barra do Corda, por sua forte tradição comercial e por ser um polo de referência para municípios vizinhos, apresenta características singulares que justificam a realização deste estudo. Entender quem consome, como consome e o que determina essas escolhas contribui para fortalecer a cadeia produtiva da carne bovina no município, gerar melhorias no comércio regional e subsidiar estratégias de planejamento para produtores, comerciantes e gestores públicos.

O acesso à carne bovina e suas condições de compra, no entanto, não ocorre de forma homogênea. Diferenças socioeconômicas, disponibilidade de estabelecimentos e preferências individuais influenciam diretamente o padrão de consumo. Dessa forma, surge o seguinte problema de pesquisa: qual é o perfil do consumidor de carne bovina em Barra do Corda-MA e como suas características socioeconômicas e preferências influenciam esse consumo?

Diante dessa questão, este estudo tem como objetivo geral analisar o perfil do consumidor de carne bovina no município de Barra do Corda-MA. Como objetivos específicos, buscou-se: (a) identificar como se estrutura o mercado consumidor e o processo de comercialização da carne bovina; (b) compreender os fatores que influenciam o comportamento de compra; (c) analisar tendências e desafios atuais do mercado de carne bovina; (d) levantar e interpretar os dados provenientes da pesquisa de campo aplicada aos consumidores do município de Barra do Corda.

A metodologia adotada baseou-se em uma abordagem quantitativa e descritiva, utilizando questionário estruturado aplicado a consumidores locais. A partir disso, os dados foram analisados por meio de estatística descritiva e de categorias interpretativas, permitindo compreender tanto os padrões de consumo quanto as motivações e preferências observadas. Essa combinação possibilitou uma leitura detalhada do comportamento do consumidor de carne bovina em Barra do Corda, articulando elementos socioeconômicos e culturais.

A estrutura deste trabalho foi organizada da seguinte forma: inicia-se com a introdução, apresentando os principais fundamentos do referido estudo. Na sequência tem-se o referencial teórico, estruturado em quatro seções, a saber: o mercado consumidor e comercialização da carne bovina; comportamento de compra do consumidor de carne bovina; tendências e desafios no mercado de carne bovina e perfil do consumidor de carne bovina: Brasil e nordeste. Logo depois, apresenta-se a metodologia utilizada, descrevendo o processo de coleta e análise dos dados, seguido pela seção Resultados e Discussão, relacionando os dados obtidos com a literatura estudada. Por fim, traz as considerações finais e as contribuições desta pesquisa.

A realização deste estudo é importante porque amplia o entendimento sobre o consumo de carne bovina em municípios do interior, contribuindo para o aprimoramento do comércio local, para o planejamento de estratégias de venda e para o fortalecimento da cadeia produtiva. Além disso, abre espaço para futuras pesquisas sobre hábitos alimentares na região, comportamento do consumidor em outros segmentos de proteína animal e impactos socioeconômicos das mudanças no mercado de carnes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Mercado Consumidor e Comercialização da Carne Bovina

A cadeia produtiva da carne bovina é amplamente influenciada pelo consumidor final, que, cada vez mais, busca por um diferencial na hora de escolher o que consumir. Esse comportamento do consumidor está diretamente relacionado a indicadores de qualidade do produto, como sabor, suculência, maciez, e aspectos visuais como a cor e o marmoreio da carne. De acordo com Bridi (2014), o consumidor atual está mais informado e exige mais transparência nas informações sobre os produtos que adquire. Ele procura saber a origem da carne, os processos de produção

e, principalmente, as condições nas quais os animais foram criados e abatidos, além de questionar os impactos ambientais dessa produção. Esse novo perfil de consumo reflete uma demanda por uma carne de maior qualidade, mais saudável e produzida de forma ética.

Para Cipriano *et al* (2021), o êxito da indústria da carne bovina está atrelado a vários fatores que envolvem desde o conhecimento profundo do mercado consumidor até a capacidade de adaptação das práticas produtivas. A oferta de produtos que atendam às expectativas dos consumidores, aliada à melhoria contínua dos processos produtivos, tem sido fundamental para o sucesso do setor. Além disso, a diversificação e a qualidade dos produtos oferecidos, como carnes magras, orgânicas ou com certificações específicas, têm sido tendências que impactam diretamente na decisão de compra.

A crescente exigência do consumidor, por produtos que atendam a critérios de segurança alimentar e sustentabilidade, reflete a evolução do mercado, onde o valor agregado não se dá mais apenas pelo preço, mas pela conformidade com aspectos éticos e ambientais. Conforme Ávila (2016), o aumento do interesse por produtos que respeitem padrões de saúde, meio ambiente e bem-estar animal tem gerado uma maior competitividade no mercado da carne bovina. A indústria tem procurado, cada vez mais, agregar valor ao seu produto para atender a essas novas demandas.

A carne bovina comum, que antes era considerada apenas uma *commodity*, já não satisfaz mais as necessidades dos consumidores mais exigentes, que buscam não só qualidade sensorial, mas também uma carne que tenha sido produzida de forma sustentável e ética (Groot, 2021). Como resultado, os produtores e as indústrias de carne têm investido em tecnologias de rastreabilidade, melhoramento genético dos animais e práticas mais sustentáveis, tudo para garantir que a carne que chega ao consumidor final seja de alta qualidade, com um valor agregado perceptível.

As modernizações no setor da pecuária, como a adoção de novas tecnologias na criação e abate de animais, têm possibilitado um aumento na produtividade e na qualidade da carne. O uso de raças especializadas, sistemas de manejo mais eficientes e a melhoria no processo de transporte e abate têm contribuído para a oferta de um produto mais homogêneo e com maior valor de mercado. Entretanto, o Brasil ainda enfrenta desafios quando se trata da exportação de grandes volumes de carne para mercados mais exigentes. A uniformidade das carcaças, a qualidade do marmoreio, o acabamento da carne, e questões relacionadas à rastreabilidade e

higiene continuam sendo barreiras para o acesso a mercados de alto padrão, como os da União Europeia e Japão (Molento, 2015).

No Brasil, o consumo de carne bovina tem mostrado uma tendência de queda nos últimos anos. Segundo a pesquisa de Moura (2015), o consumo *per capita* foi de 36,5 kg por pessoa no ano de 2021. Esse declínio pode ser atribuído a uma série de fatores, incluindo a ascensão de outras fontes de proteína, como o frango, que se tornou mais acessível para uma parcela maior da população. Além disso, questões de saúde também têm motivado os consumidores a reduzir o consumo de carne vermelha, seja por preocupações com a saúde cardiovascular, o aumento do colesterol ou a busca por alternativas alimentares mais leves e saudáveis. Embora a adesão ao vegetarianismo e ao veganismo ainda seja uma tendência minoritária, ela tem impactado os hábitos de consumo, levando muitos a buscar produtos substitutos (Martins, 2019).

Em paralelo a essa mudança de hábitos, observa-se um crescimento no consumo de produtos à base de vegetais e alternativas à carne tradicional. A carne de origem vegetal, como os hambúrgueres à base de soja ou proteína de ervilha, tem conquistado uma fatia crescente do mercado, especialmente entre os consumidores mais jovens e aqueles que buscam uma alimentação mais ética e sustentável. Além disso, a carne bovina com selo orgânico ou produzida com práticas mais sustentáveis também tem ganhado mercado, impulsionada por um consumidor que exige mais responsabilidade ambiental e social das empresas que comercializam o produto (Soares e Ximenes, 2024).

Notoriamente, o mercado de carne bovina no Brasil, portanto, está em um processo de transformação, onde a busca por produtos diferenciados, como carne sustentável e orgânica, cresce a cada dia. As indústrias de carne precisam estar atentas a essas mudanças no comportamento do consumidor para se manterem competitivas, oferecendo não só um produto de qualidade superior, mas também alinhado com os valores de um mercado cada vez mais consciente e exigente (Vargas e Sznitowski, 2018).

Desta forma, o movimento por maior sustentabilidade no consumo de carne tem gerado novos nichos de mercado, como o de carnes orgânicas e produzidas com rastreabilidade. A presença de certificações e selos de garantia tem se mostrado um fator importante na decisão de compra. Consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos que oferecem a garantia de que os animais foram tratados de forma ética,

com boa alimentação e sem o uso excessivo de hormônios ou antibióticos. Esses consumidores estão se tornando cada vez mais exigentes, buscando uma carne que, além de saborosa, seja produzida de forma responsável, tanto para a saúde humana quanto para o meio ambiente.

2.2 Comportamento de Compra do Consumidor de Carne Bovina

O comportamento de compra do consumidor de carne bovina é influenciado por uma série de fatores que vão muito além do simples desejo de consumir. A decisão de compra é resultado de uma interação complexa entre aspectos psicológicos, sensoriais e de marketing, que envolvem desde as crenças e atitudes do consumidor até a forma como ele percebe o produto e as informações que ele recebe sobre ele. Compreender esses fatores é indispensável para os produtores e varejistas, pois permite uma adequação mais eficaz dos produtos oferecidos, alinhando-os às expectativas e necessidades dos consumidores (Wagner, 2018).

A satisfação pós-compra, que se manifesta quando o consumidor se sente satisfeito ou desapontado com sua escolha, depende fortemente de como suas expectativas foram atendidas. No caso da carne bovina, essas expectativas estão intimamente ligadas à percepção de qualidade do produto, que pode ser avaliada tanto antes quanto após o consumo. Portanto, é fundamental que os produtores de carne compreendam as exigências dos consumidores para garantir que suas expectativas sejam atendidas e que a carne bovina seja percebida como uma escolha de valor, qualidade e prazer.

Conforme Nascimento *et al*, o comportamento de compra é muitas vezes guiado por fatores psicológicos, como crenças, atitudes e expectativas, que levam os consumidores a formarem uma opinião sobre o produto antes mesmo de experimentá-lo. Essas percepções são moldadas por experiências passadas com o produto, comparações com outras carnes e, claro, os sentimentos gerados por essas experiências. No caso da carne bovina, o consumidor pode já ter uma ideia do sabor, da maciez ou da suculência da carne com base em sua vivência anterior ou nas recomendações de outros consumidores, influenciando diretamente sua decisão de compra.

A qualidade é um dos fatores mais motivadores na decisão de compra de carne bovina. Para determinar a qualidade desejada, o consumidor utiliza diversos

aspectos, tanto intrínsecos, quanto extrínsecos, que o ajudam a avaliar o produto (Mannes *et al*, 2018). Aspectos intrínsecos, como o corte, a cor, o teor de gordura e o marmoreio, são indicadores visuais e táteis que podem ser avaliados diretamente pelo consumidor. Já os aspectos extrínsecos, como o preço, a marca, a origem, a embalagem e os rótulos, possuem uma relevante importância na formação da percepção de qualidade.

No campo sensorial, a aparência visual da carne é um dos fatores mais importantes no momento da compra. A cor, o odor, o sabor e a textura da carne influenciam diretamente a avaliação do consumidor. A cor vermelha intensa e vibrante, por exemplo, é frequentemente associada à qualidade superior da carne, e qualquer variação nessa cor pode resultar na rejeição do produto pelos consumidores (Maia Filho *et al*, 2015). A carne que apresenta um tom mais pálido ou escuro é vista com desconfiança, o que pode afetar diretamente sua aceitação no ponto de venda.

Outro fator relevante é o teor de gordura. A busca por carnes mais magras tem sido impulsionada pela crescente preocupação com a saúde e com a dieta, já que muitos consumidores buscam controlar a ingestão de gorduras saturadas. No entanto, a gordura e o marmoreio são aspectos indispensáveis para identificar a suculência e no sabor da carne. Estudos mostram que, à medida que o teor de gordura aumenta, a suculência da carne também aumenta, o que pode ser um ponto positivo para os consumidores que buscam uma experiência sensorial mais rica.

Além disso, as diferenças no comportamento de compra entre homens e mulheres também são notáveis (Antunes, 2018). Estudos indicam que as mulheres, especialmente aquelas casadas e com filhos, prestam mais atenção à qualidade, higiene e frescor da carne, sendo mais exigentes em relação a esses atributos do que os homens solteiros, que tendem a priorizar a conveniência e a praticidade no preparo. Essas diferenças refletem as diversas prioridades dos consumidores na hora da compra e a necessidade de as empresas se adaptarem para atender a esses diferentes perfis.

No campo do marketing, diversas estratégias são empregadas para atrair consumidores e diferenciar os produtos no mercado. Através de campanhas promocionais, propagandas e rótulos informativos, as indústrias de carne bovina buscam não apenas atrair a atenção do consumidor, mas também informar sobre a qualidade e os benefícios de seus produtos. A marca, o preço e a embalagem são atributos fundamentais que influenciam diretamente a decisão de compra, pois o

consumidor tende a associar certos preços e marcas a uma maior ou menor qualidade do produto (Kotler, 2008).

O preço, por sua vez, está intimamente ligado ao poder de compra dos consumidores. Os consumidores com maior poder aquisitivo tendem a comprar produtos de melhor qualidade, enquanto aqueles com menor renda podem optar por carnes mais acessíveis. A elevação da renda tem mostrado um impacto direto no aumento do consumo de carne bovina, ao passo que o aumento do preço pode levar à substituição da carne bovina por outros tipos de proteínas, como o frango. A certificação da carne, junto com os selos de qualidade e validade, transmite segurança ao consumidor, sendo um fator determinante na escolha do produto no ponto de venda.

A presença de selos de rastreabilidade, como o selo de inspeção federal ou estadual, é vista como um diferencial que aumenta a confiança do consumidor na carne que está adquirindo. Além disso, os consumidores estão cada vez mais dispostos a pagar um valor adicional por produtos que oferecem a garantia de que os animais foram tratados de forma ética, com boa alimentação e sem o uso excessivo de hormônios ou antibióticos (Leite, 2020). Esses consumidores estão se tornando cada vez mais exigentes, buscando uma carne que, além de saborosa, seja produzida de forma responsável, tanto para a saúde humana quanto para o meio ambiente.

Em estudos realizados em mercados internacionais, como França, Reino Unido, Alemanha e Espanha, observou-se que a marca e o rótulo eram vistos como pistas importantes para a compra de carne mais saudável e sustentável. Embora a carne orgânica também tenha sido citada como um atributo desejável, não houve consenso sobre sua superioridade em relação à carne convencional, o que reflete a diversidade de percepções e exigências dos consumidores (Rocha, 2016).

Portanto, para que os varejistas e produtores de carne bovina tenham sucesso em seus negócios, é fundamental compreender o perfil dos consumidores e as características dos produtos que eles buscam. A qualidade do produto, o atendimento ao cliente, o preço justo e as garantias de segurança alimentar são fatores indispensáveis para garantir a satisfação e fidelização dos consumidores. Além disso, os consumidores de carne bovina estão cada vez mais atentos a questões relacionadas à sustentabilidade e bem-estar animal, o que coloca a certificação e a rastreabilidade como fatores determinantes na escolha do produto.

2.3 Tendências e Desafios no Mercado de Carne Bovina

O mercado de carne bovina tem passado por uma série de transformações nos últimos anos, impulsionadas por mudanças nas preferências dos consumidores, avanços tecnológicos e a crescente conscientização sobre questões ambientais e de saúde (Martins, 2019). Essas tendências não só moldam o comportamento do consumidor, mas também desafiam a indústria a se adaptar e a inovar constantemente. As principais tendências observadas no mercado de carne bovina envolvem o aumento da demanda por produtos mais sustentáveis, a busca por alternativas mais saudáveis e a crescente exigência por qualidade e rastreabilidade.

Uma das tendências mais significativas tem sido o crescente interesse por carnes com certificações de origem e sustentabilidade. O consumidor atual está cada vez mais consciente dos impactos ambientais da produção de alimentos e exige que as empresas do setor agropecuário adotem práticas mais sustentáveis, que respeitem o meio ambiente, o bem-estar animal e a saúde pública. Isso inclui a adoção de práticas agrícolas mais ecológicas, como o uso responsável de pastagens, o controle da emissão de gases de efeito estufa e a redução do uso de antibióticos e hormônios no processo produtivo (Cavalcante, 2020).

O selo de carne orgânica, por exemplo, tem ganhado popularidade entre os consumidores que buscam uma carne produzida de forma mais ética e menos impactante para o planeta. Além disso, a busca por carnes mais magras e saudáveis é uma tendência crescente, especialmente com o aumento das preocupações com doenças cardiovasculares e obesidade (Mazzuchetti e Batalha, 2016). A carne bovina, tradicionalmente associada a altos teores de gordura, está sendo substituída por alternativas com menos gordura saturada, atendendo a uma demanda por produtos mais leves e com menor impacto para a saúde.

O aumento do consumo de carne magra tem incentivado a indústria a melhorar a qualidade do produto, com foco no marmoreio e na suculência, sem comprometer a saúde do consumidor. Isso tem levado à criação de novos cortes de carne e ao aprimoramento das técnicas de produção, visando atender a esses novos requisitos. Ao mesmo tempo, o mercado de carne bovina enfrenta desafios significativos que exigem inovação e adaptação contínuas.

A competitividade é um dos maiores obstáculos, especialmente com o aumento da oferta de substitutos de carne, como os produtos à base de vegetais e as

carnes cultivadas em laboratório, que têm ganhado terreno no mercado. Esses novos produtos, que oferecem alternativas mais sustentáveis e saudáveis, competem diretamente com a carne bovina, pressionando os produtores a melhorar a qualidade e a sustentabilidade de seus produtos para se manterem relevantes no mercado.

Outro desafio importante é a rastreabilidade e a garantia de segurança alimentar. Com a crescente preocupação dos consumidores sobre a origem dos produtos que consomem, a exigência por carnes rastreáveis e transparentes tem se intensificado. Isso envolve não só a identificação da origem do gado, mas também o controle de todo o processo produtivo, desde a alimentação dos animais até o transporte e o abate (Rocha, 2016).

Além dos desafios de rastreabilidade, a indústria também precisa lidar com a variação na qualidade do produto, que pode ser um impeditivo para a exportação em grande escala para mercados mais exigentes, como os da União Europeia. A uniformidade das carcaças, a qualidade do marmoreio e o acabamento da carne são pontos que precisam ser melhorados, além das questões relacionadas à higiene e à sustentabilidade da produção (Bridi, 2014). A implementação de práticas mais rígidas de controle de qualidade e a busca por soluções tecnológicas para melhorar a eficiência do processo de produção são essenciais para superar esses desafios.

Assim, nota-se que a adaptação ao comportamento do consumidor e a sua demanda por produtos mais diferenciados também representa um desafio constante. O mercado está cada vez mais segmentado, com consumidores exigindo produtos que atendam a critérios específicos de qualidade, sustentabilidade e ética. Isso implica em um processo contínuo de inovação e adaptação por parte da indústria, para que os produtores de carne bovina se mantenham competitivos e atendam a um mercado cada vez mais diversificado e exigente.

2.4 Perfil do Consumidor de Carne Bovina: Brasil e Nordeste

A carne bovina ocupa um posicionamento estratégico na dieta alimentar do brasileiro, sendo consumida de diversas formas e cortes, com grande versatilidade. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2023), o consumo médio per capita de carne bovina no Brasil é de cerca de 25 kg por ano, embora haja variações significativas entre as regiões do país. Essa carne se destaca como um item central no cotidiano da população brasileira, sendo uma opção prática,

econômica e culturalmente enraizada, especialmente em refeições familiares, churrascos e eventos sociais (Moura, 2015).

O Brasil tem um consumo expressivo de carne bovina, com números que se mantiveram entre 36 e 38 kg per capita por ano entre 2010 e 2020, com a expectativa de crescimento devido ao aumento populacional e à demanda constante (Cavalcante, 2020). Entretanto, essa média nacional esconde diferenças regionais. No Nordeste, o consumo é mais modesto, ficando em torno de 18 kg por pessoa anualmente. Essa disparidade pode ser atribuída a fatores econômicos, culturais e à popularidade de outras carnes, como o frango e o peixe, que são mais acessíveis em determinadas regiões.

A pesquisa de Cavalcante (2020), realizada em Uruçuí-PI, aponta que os consumidores nordestinos valorizam mais características sensoriais da carne, como maciez, sabor e aparência, do que aspectos como a origem ou certificação do produto. O preço, portanto, continua sendo um dos principais determinantes na escolha da carne para esses consumidores.

No contexto nordestino, a carne bovina também carrega um simbolismo cultural significativo, associada a *status* e tradição. Como observa Antunes (2018), o consumo de carne bovina está profundamente integrado ao cotidiano social e familiar dos brasileiros, especialmente em momentos de confraternização, como almoços em família e churrascos, fenômenos que se repetem de forma marcante no Nordeste.

O Maranhão se destaca no cenário agropecuário nacional, com o rebanho bovino do estado ultrapassando 10 milhões de cabeças em 2023, representando um aumento de 7,4% em relação ao ano anterior, conforme dados do Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos – IMESC. O estado ocupa o 12º lugar no ranking nacional de rebanhos e o 2º lugar no Nordeste, com um efetivo bovino de 7.576.806 cabeças, além de 83.490 bubalinos (AGED-MA, 2019). O Maranhão possui um grande potencial de crescimento no setor pecuário, com características geográficas e produtivas favoráveis, como a capacidade de produzir carne em pastagem, alinhada às demandas do mercado mundial, e uma posição estratégica que facilita a exportação (FUNDEPEC-MA, 2018).

Apesar desse crescimento, o estado enfrentou uma redução no consumo de carne bovina em 2025, devido ao aumento dos preços, o que afetou principalmente as famílias de menor renda. Esse cenário destaca a vulnerabilidade de parte da população maranhense à variação dos preços, especialmente em momentos de

inflação e aumento nos custos dos produtos alimentícios, como foi relatado pela mídia local (O Imparcial, 2025).

Em Barra do Corda, o município escolhido para a área de estudo, o consumo de carne bovina é uma prática profundamente enraizada, com o município sendo um ponto de referência para o comércio de carne, tanto no mercado formal quanto no informal. A cidade se destaca no comércio local de carne bovina, abastecendo não apenas seus moradores, mas também municípios vizinhos, o que demonstra a relevância da produção local.

Compreender o perfil do consumidor local em Barra do Corda permitirá identificar hábitos de compra, preferências em relação à qualidade da carne e os principais fatores que influenciam o consumo. Esse entendimento pode contribuir para o fortalecimento da cadeia produtiva da carne bovina local, além de embasar estratégias de marketing e políticas públicas voltadas à valorização da produção regional, assegurando que os produtores atendam melhor às necessidades dos consumidores

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada no município de Barra do Corda, localizado na mesorregião central do estado do Maranhão. Barra do Corda possui uma área aproximada de 5.203 km² e pertence à microrregião do Alto Mearim e Grajaú, estando situada a cerca de 425 km da capital, São Luís. O município, com uma população estimada de aproximadamente 87.672 habitantes (IBGE, 2023), destaca-se no cenário regional pelo seu forte comércio de carnes, tanto no mercado formal quanto informal, e é considerado um ponto de referência para municípios vizinhos, o que o tornou um local estratégico para a realização desta pesquisa.

O objetivo principal da pesquisa foi identificar e analisar o perfil do consumidor de carne bovina na cidade de Barra do Corda. A abordagem foi quantitativa e descritiva, que, segundo Gil (2014), esse procedimento tem como objetivo a quantificação dos fenômenos, através da coleta e análise de dados numéricos, permitindo a identificação de padrões e tendências no comportamento dos consumidores. Assim, buscou-se compreender os hábitos de consumo, as

preferências e os fatores que influenciam a escolha desse tipo de carne entre os moradores locais. O estudo também analisou o impacto desses fatores na dinâmica do mercado local e nos comportamentos de compra.

O público-alvo da pesquisa foi composto por 100 consumidores de carne bovina que residem em Barra do Corda, especificamente aqueles que compram e consomem carne bovina regularmente em seus lares. Este público representou a base da demanda no mercado de carne do município e foi essencial para a análise da cadeia produtiva local.

Para garantir a adequação e a representatividade da amostra, foram estabelecidos critérios de inclusão e exclusão. Foram incluídos na pesquisa exclusivamente consumidores com idade igual ou superior a 18 anos, residentes em Barra do Corda e que declararam adquirir e consumir carne bovina regularmente em seus domicílios. Esses critérios asseguraram que os participantes possuísem autonomia para responder ao questionário e experiência real de consumo. Como critérios de exclusão, não participaram indivíduos menores de idade, pessoas que não residiam no município ou que não consumiam carne bovina. Também foram excluídos respondentes que apresentaram respostas inconsistentes, incompletas ou que não concordaram em participar da pesquisa.

Os riscos da pesquisa foram classificados como mínimos, uma vez que o estudo não envolveu qualquer intervenção física, psicológica ou exposição dos participantes a situações de vulnerabilidade, preservando totalmente o anonimato e garantindo que as respostas não gerassem constrangimentos. Ressalta-se que todos os participantes foram informados sobre os objetivos do estudo e responderam de forma voluntária, sem qualquer forma de pressão.

A primeira etapa do estudo consistiu em visitas de reconhecimento aos principais pontos de comercialização de carne bovina na cidade. Durante essas visitas, foi possível observar a dinâmica do mercado, identificar os locais mais frequentados pelos consumidores e selecionar os pontos mais adequados para a coleta de dados. Além disso, essas visitas ajudaram na elaboração e aprimoramento do questionário, garantindo que as perguntas fossem pertinentes ao contexto local e claras para os participantes.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado, aplicado em pontos de venda de carne bovina, como açougues e supermercados. O questionário constituiu-se de oito questões fechadas, abordando aspectos como:

frequência de compra, tipos de cortes preferidos, fatores que influenciam a escolha da carne bovina (como preço, qualidade, origem, etc.), e percepção sobre aspectos como segurança alimentar e sustentabilidade na produção.

Para a análise dos dados quantitativos, utilizou-se a estatística descritiva, com o cálculo de frequências e percentuais, a fim de identificar padrões de consumo, preferências e comportamentos. A pesquisa buscou identificar não apenas as preferências do consumidor, mas também as mudanças que ocorreram no consumo de carne bovina em Barra do Corda, considerando as tendências de sustentabilidade e as alternativas alimentares que ganharam espaço. A análise de dados foi orientada por teorias sobre comportamento do consumidor e dinâmicas de mercado, com base em estudos como os de Kotler (2008), adaptando as abordagens para o contexto local.

Os resultados obtidos contribuíram para o entendimento do perfil do consumidor de carne bovina em Barra do Corda e para a valorização da cadeia produtiva da carne bovina no município. Além disso, os achados serviram como subsídios para pesquisas futuras e para a formulação de políticas públicas voltadas ao fortalecimento do comércio regional, bem como ao desenvolvimento de estratégias de marketing mais eficazes para os produtores locais.

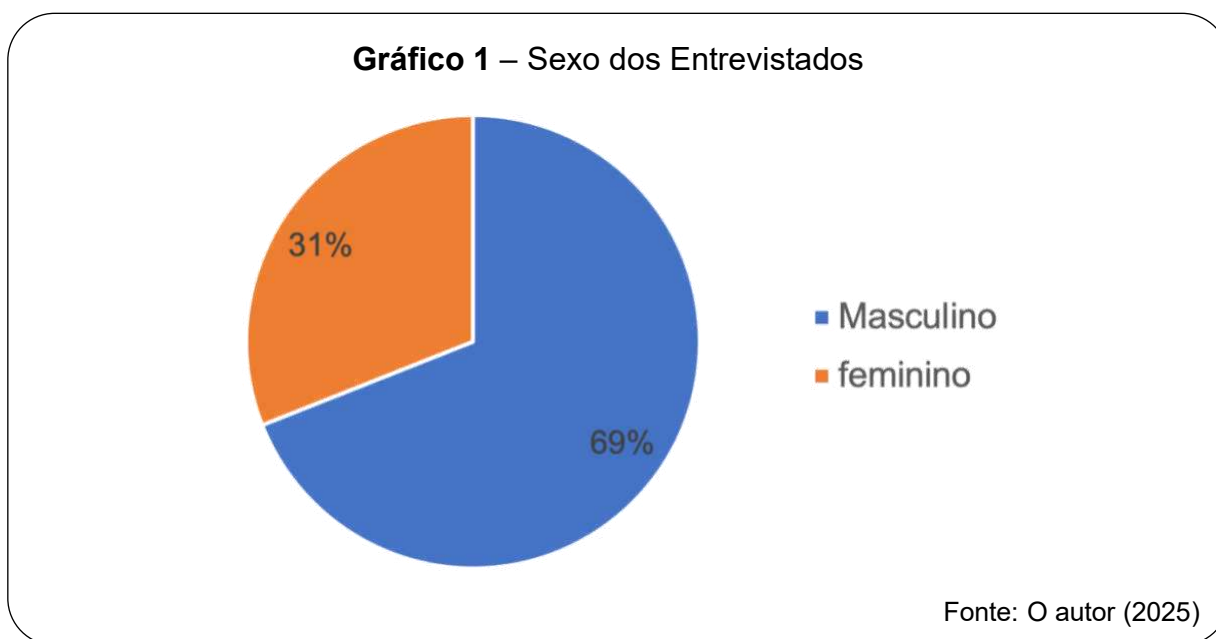
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Perfil Socioeconômico dos Entrevistados

A primeira parte da pesquisa focou nos dados sociodemográficos dos consumidores de carne bovina de Barra do Corda, abordando aspectos como sexo, faixa de renda familiar e escolaridade. Essas variáveis foram analisadas para fornecer uma visão mais aprofundada sobre o perfil da população local e suas características socioeconômicas, que influenciam diretamente os hábitos e comportamentos de consumo. Esses dados são fundamentais para entender o perfil dos consumidores locais e as variáveis que influenciam seus padrões de consumo. Eles proporcionam uma base para correlacionar a renda e a escolaridade com fatores como as preferências alimentares e a disposição para pagar por diferentes tipos de carne.

Segundo Ávila (2018), o estudo do comportamento do consumidor vai além da análise do ato de comprar, abrangendo também como o ter ou o não ter influencia a vida das pessoas e o sentimento de status social. Além disso, busca compreender

como o consumo contribui para o mundo social dentro de cada cultura ou costume. Martins (2019) descreve o comportamento do consumidor como o estudo dos processos envolvidos em indivíduos ou grupos ao escolherem, comprarem, usarem ou descartarem produtos, serviços, experiências ou ideias, com a finalidade de satisfazer suas necessidades ou desejos.



Conforme apresentado no **Gráfico 1**, 69% dos entrevistados são do sexo masculino, enquanto 31% são do sexo feminino. Embora a coleta de dados tenha sido realizada de forma aleatória, a predominância masculina pode estar relacionada à maior participação dos homens nas compras de carne bovina, bem como ao envolvimento em atividades associadas ao preparo da carne, como churrascos e reuniões familiares. Esses fatores são frequentemente observados em diversas culturas, incluindo o contexto de Barra do Corda, onde o consumo de carne bovina é não apenas uma prática alimentar, mas também um elemento de socialização e convivência familiar.

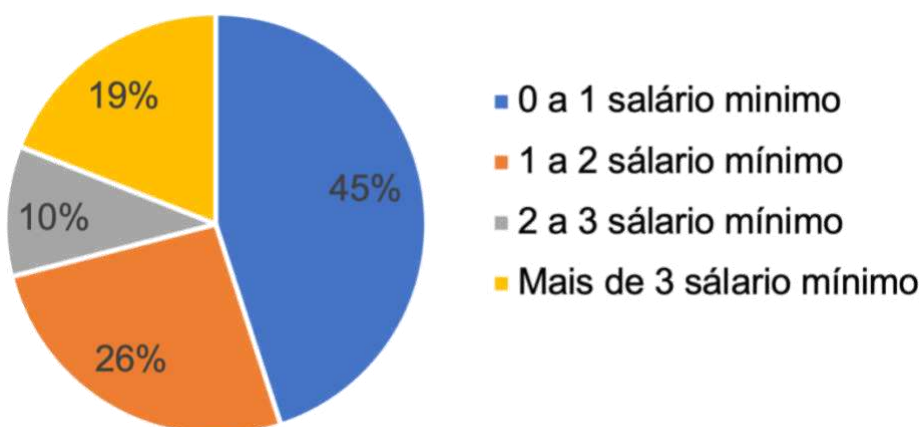
Esse padrão é respaldado por estudos como o de Soares e Ximenes (2024), realizado no Distrito Federal, e complementado por Wagner (2018), que destacam o simbolismo cultural da carne bovina, especialmente no contexto de eventos sociais, como churrascos e encontros familiares, que são mais comumente organizados por homens. Além disso, esses achados corroboram os resultados de Moura (2015), onde a distribuição de gênero na amostra foi quase equilibrada, com 51,7% de mulheres e 48,3% de homens, sugerindo uma variação de participação nas práticas de consumo,

mas ainda com uma tendência de associação da carne bovina a eventos predominantemente masculinos.

Esses dados indicam que, em Barra do Corda, a carne bovina está intimamente ligada a questões culturais e sociais, com uma maior presença masculina no ato de compra e consumo, refletindo a importância dessa prática no contexto local. A análise do sexo dos entrevistados é relevante para entender os padrões de consumo e as dinâmicas sociais que influenciam o comportamento de compra, particularmente no que diz respeito à carne bovina, que, no município, possui um significado cultural que vai além da alimentação diária.

Na segunda questão analisou a faixa de renda familiar, conforme apresentado no **Gráfico 2**, revelando um panorama típico de municípios do interior do Maranhão, como Barra do Corda, onde predomina uma estrutura socioeconômica de baixa renda. A distribuição observada indica que 71% dos entrevistados pertencem às faixas de até dois salários mínimos, o que reforça a realidade econômica da região e o impacto direto do poder aquisitivo nas escolhas alimentares, especialmente na carne bovina, considerada uma das proteínas mais caras no mercado e, portanto, não consumida de forma recorrente.

Gráfico 2 – Faixa de renda familiar



Fonte: O autor (2025)

De acordo com Cipriano *et al* (2021), fatores econômicos como preço, renda e distribuição de recursos são determinantes diretos na escolha alimentar. Esse padrão de consumo adaptativo é característico de regiões com menor renda média,

como é o caso de Barra do Corda, que se reflete na escolha das carnes com base na acessibilidade financeira e na adaptação às variações econômicas. O Gráfico 2 ilustra que 45% dos consumidores possuem renda de 0 a 1 salário mínimo, 26% estão na faixa de 1 a 2 salários mínimos, 10% têm entre 2 a 3 salários mínimos, e 19% apresentam renda superior a 3 salários mínimos. Esse cenário confirma a forte presença de consumidores de baixa renda no município, os quais enfrentam maiores desafios econômicos, especialmente em períodos de alta nos preços da carne, o que afeta diretamente suas decisões de compra.

Estudos sobre o comportamento de consumo em regiões de baixa renda, como o de Soares e Ximenes (2024), confirmam que, em contextos econômicos com menor renda média, os consumidores tendem a ser mais sensíveis às variações de preço. Esse comportamento se traduz no ajuste do consumo conforme oscilações econômicas, como o aumento nos preços dos alimentos. No caso de Barra do Corda, essa dinâmica é claramente refletida, com a maioria dos consumidores consumindo entre 1 a 2 kg de carne bovina por semana. Esse volume de consumo está diretamente relacionado à capacidade de compra da população local, que, devido à renda limitada, adapta seus hábitos de consumo.

Além disso, pesquisas realizadas em estados como Mato Grosso do Sul (Leite, 2020) e Piauí (Cavalcante, 2020) apontam que, em contextos de menor poder aquisitivo, os consumidores tendem a reduzir o volume consumido, substituindo cortes nobres por opções de menor valor ou, em alguns casos, migram para proteínas mais baratas, como frango e miúdos. Essa tendência também se observa em Barra do Corda, onde, apesar da forte presença da carne bovina no consumo, há uma adaptação do consumidor de baixa renda que prioriza cortes mais baratos e de menor qualidade.

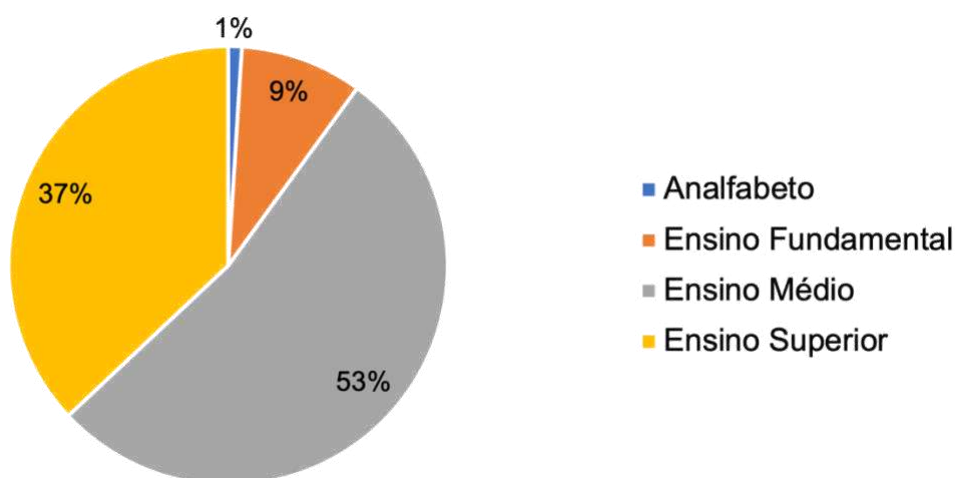
Outro fator importante é o impacto da desigualdade de renda não apenas no volume de consumo, mas também no tipo de corte adquirido. Segundo Groot (2021), consumidores com menor renda tendem a priorizar o preço e a aparência visual da carne, enquanto aqueles com maior poder aquisitivo valorizam a maciez, a origem e a certificação sanitária do produto. Em Barra do Corda, essa dinâmica pode ser observada na predominância de açougues tradicionais como os principais pontos de compra da carne bovina. Esses estabelecimentos oferecem vantagens como a possibilidade de negociação de preços, escolha do corte unitário e parcelamento, o

que atende às condições econômicas da população local, que possui uma capacidade de compra mais restrita.

Assim, os resultados indicam que a renda familiar é um dos fatores mais determinantes no comportamento de consumo da carne bovina em Barra do Corda. As escolhas alimentares estão diretamente ligadas à capacidade financeira da população, o que implica em um consumo adaptativo, com substituições de cortes e, em alguns casos, migração para proteínas mais baratas. Essa realidade é característica de muitas regiões do Maranhão, onde a baixa renda é um fator que molda as práticas alimentares e as escolhas do consumidor.

Os dados apresentados no **Gráfico 3** revelam que a maioria dos entrevistados possui um nível de escolaridade relativamente alto, com 53% dos participantes tendo completado o ensino médio e 37% alcançando o ensino superior. Esse perfil educacional exerce uma influência significativa sobre o comportamento do consumidor de carne bovina, pois, conforme indicado por Nascimento *et al.* (2018), um nível de escolaridade mais elevado está associado a um maior acesso à informação e a uma capacidade crítica mais desenvolvida. Consumidores com maior escolaridade tendem a prestar mais atenção em aspectos como segurança alimentar, procedência do produto e condições de higienização, fatores essenciais para garantir a qualidade e a segurança dos alimentos consumidos.

Gráfico 3 – Nível de Escolaridade



Fonte: O autor (2025)

Estudos, como o de Cipriano *et al.* (2021), indicam que consumidores com ensino médio e superior geralmente buscam carnes com características visuais atraentes, como menor teor de gordura aparente e a garantia de que o produto foi manipulado em ambientes que transmitam confiança. Esses consumidores são mais exigentes e buscam informações sobre a origem e o processo de produção da carne, o que também é corroborado por Molento (2015), que, ao realizar uma pesquisa no Distrito Federal, encontrou uma correlação positiva entre escolaridade e a preocupação com a certificação sanitária, inspeção e condições de armazenamento da carne.

Em Barra do Corda, o perfil educacional dos entrevistados segue essa mesma tendência. Os consumidores não se limitam a comprar carne bovina por simples hábito, mas demonstram maior atenção a aspectos como qualidade sensorial, segurança alimentar e procedimentos sanitários. A maior escolaridade tende a intensificar a percepção sensorial e a capacidade de diferenciar cortes de carne, influenciando diretamente seus hábitos de consumo e a busca por produtos de melhor qualidade.

Além disso, a escolaridade mais elevada pode contribuir para um consumo mais moderado de carne bovina, conforme identificado por Rocha (2016), que observaram que consumidores com maior nível educacional tendem a reduzir a frequência de consumo por razões relacionadas à saúde, estética ou até preocupações com sustentabilidade. Esse comportamento também é evidenciado pelos dados de consumo em Barra do Corda, onde, embora a maioria dos entrevistados consuma carne bovina com frequência, o pequeno percentual que consome de forma rara (3%) pode refletir os hábitos alimentares de indivíduos com maior escolaridade, que optam por uma alimentação mais equilibrada.

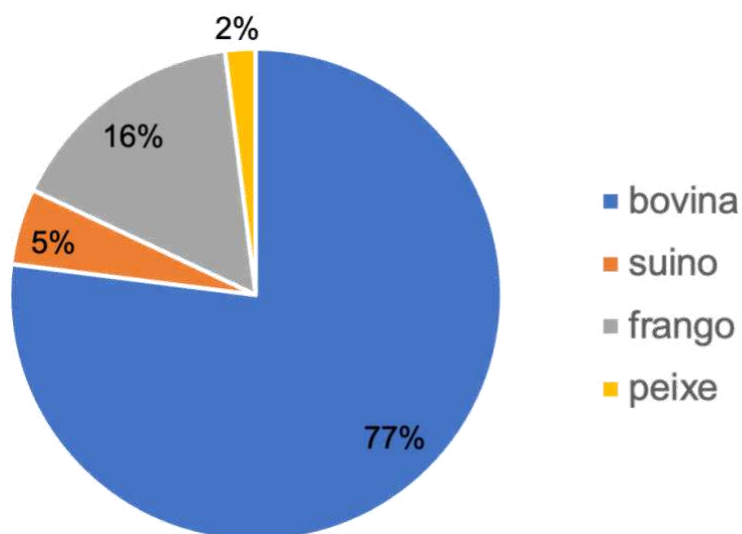
Portanto, os dados de escolaridade não apenas ajudam a entender as preferências dos consumidores, mas também a contextualizar suas escolhas conscientes em relação à segurança alimentar, tipo de corte e padrões de consumo. A escolaridade apresenta aspecto fundamental na formação de um comportamento de consumo mais reflexivo e criterioso, alinhado com as tendências de maior conscientização sobre a qualidade dos alimentos e os impactos do consumo.

4.2 Padrões de Consumo

O consumo de carne bovina no Brasil tem experimentado um crescimento constante nos últimos anos, impulsionado, em grande parte, pelo aumento do poder aquisitivo da população. Esse fenômeno tem reflexos diretos no mercado de carne, que se vê diante de uma demanda crescente e cada vez mais exigente. No contexto de Barra do Corda, como em muitas regiões do Brasil, a cadeia produtiva da carne bovina precisa se adaptar para atender a essa demanda, produzindo carne de qualidade que atenda às expectativas dos consumidores locais.

A tendência de consumidores mais informados e críticos está clara, pois muitos buscam não apenas carne de boa qualidade, mas também garantias quanto à segurança alimentar e à procedência do produto. Como apontado por Mazzuchetti; Batalha (2016), a qualidade não é mais uma estratégia de marketing, mas uma filosofia adotada pelas empresas do setor, refletindo uma mudança cultural no mercado.

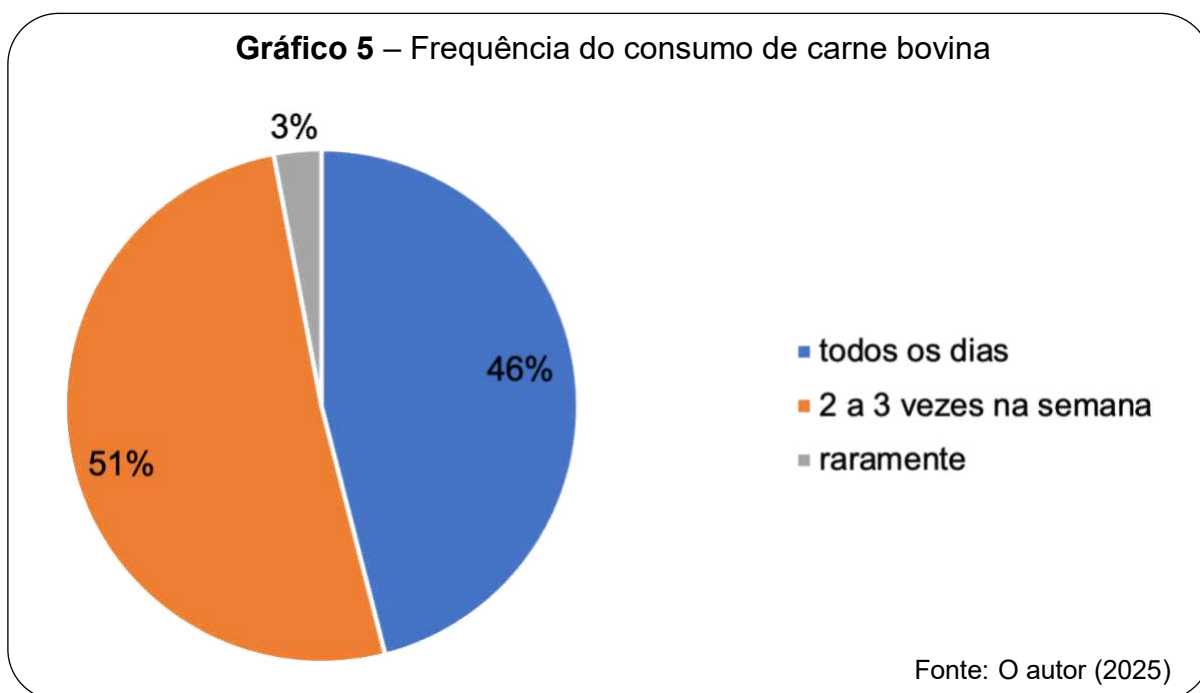
Conforme evidenciado no **Gráfico 4**, a carne bovina é a mais consumida entre os entrevistados, representando 77% das respostas. A carne de frango ocupa a segunda posição, com 16%, seguida pela carne suína (5%) e peixe (2%). Esses resultados confirmam a carne bovina como a principal fonte de proteína animal na dieta da população de Barra do Corda, alinhando-se ao cenário nacional em que o Brasil é um dos maiores produtores e consumidores de carne bovina do mundo, conforme descrito por Silva (2023). No Nordeste, o consumo de carne bovina é profundamente influenciado por aspectos culturais e sociais, com a carne frequentemente associada a status e tradição, como destaca Cavalcante (2020). Esse padrão cultural é claramente refletido em Barra do Corda, onde a carne bovina está intimamente ligada a momentos de convívio familiar e social, como churrascos e refeições compartilhadas.

Gráfico 4 – Carne mais consumida na casa

Fonte: O autor (2025)

Esse cenário é visível em Barra do Corda, onde os consumidores não apenas compram carne por hábito, mas também demonstram um crescente interesse em fatores que garantam a qualidade sensorial do produto, como sabor, maciez e aparência, bem como a segurança alimentar.

Com base nas respostas obtidas nessa última pergunta, questionou-se com que frequência era consumido a carne bovina. **O Gráfico 5** revela que a carne bovina é consumida com grande frequência pelos habitantes de Barra do Corda, com 46% dos entrevistados consumindo-a diariamente, 51% de 2 a 3 vezes por semana e apenas 3% relatando consumo raro. Esses dados indicam que a carne bovina possui uma relevância na dieta das famílias cordinas, sendo um alimento fundamental na rotina alimentar. A alta frequência de consumo reflete a importância cultural e social da carne bovina no município, um padrão alimentício que está enraizado nas tradições locais.



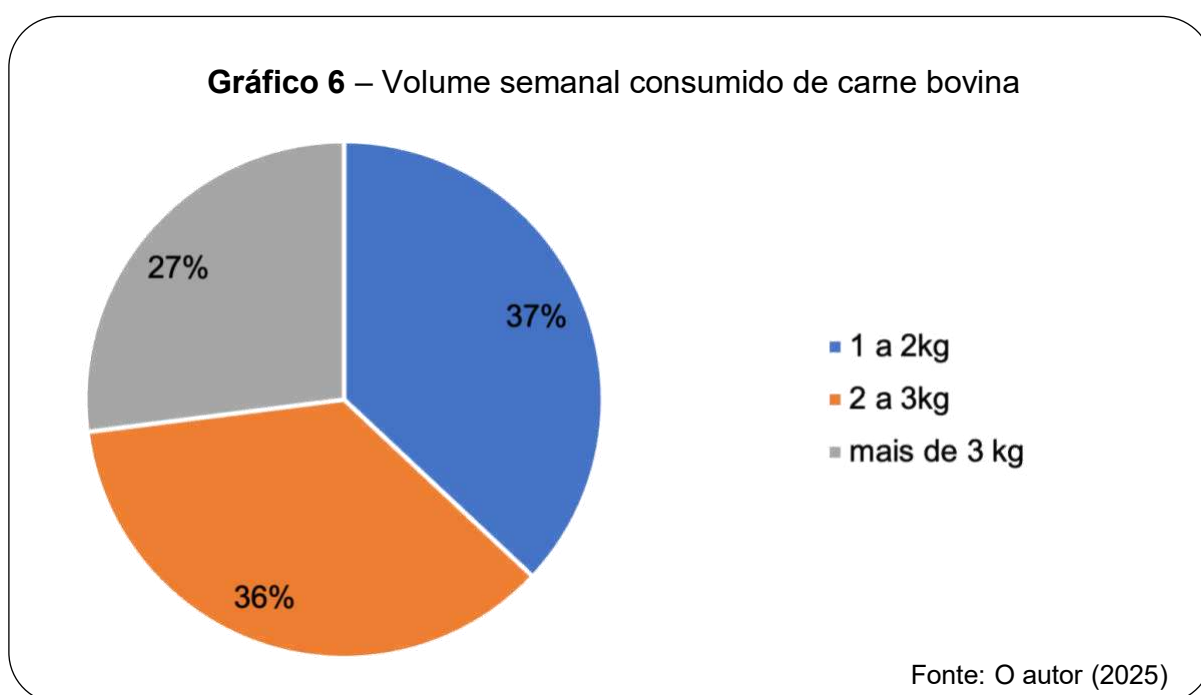
A predominância da carne bovina no consumo familiar de Barra do Corda é também corroborada por estudos realizados em outras regiões do Brasil. Pesquisas de Nascimento *et al* (2018), apontam que a carne bovina é frequentemente a preferida entre os consumidores brasileiros, representando mais de 50% das escolhas, e também a mais consumida, chegando a 63% em algumas regiões. Esses dados refletem uma tendência nacional que se repete em Barra do Corda, em que se declarou a carne bovina como a mais consumida em suas casas.

Mesmo diante do aumento nos preços da carne bovina, como indicado por Ávila (2016), muitos consumidores ainda optam por essa carne devido ao prazer e à satisfação que ela proporciona. A carne bovina é associada não apenas ao sabor, mas também a momentos de tradição e convivência familiar, tornando-se uma escolha afetiva e culturalmente enraizada. Essa relação com a carne bovina, apesar das oscilações de preço, também é observada por Maia Filho *et al.* (2015), que destacam a continuidade do consumo de carne bovina, mesmo em cenários de aumento de preços, o que evidencia seu valor cultural, afetivo e social para os consumidores.

No entanto, um pequeno grupo de entrevistados em Barra do Corda (3%) relatou consumir carne bovina raramente, o que pode ser atribuído a fatores como preocupações com a saúde, controle de peso ou prevenção de doenças. Cipriano *et al.* (2021) destacam que indivíduos com baixa frequência de consumo de carne geralmente buscam uma alimentação mais saudável, com ênfase na forma física e na

redução do consumo de alimentos com alto teor de gordura. Esses indivíduos, segundo os autores, frequentemente possuem maior nível educacional e renda, além de estarem mais atentos a questões ambientais e de sustentabilidade na produção de alimentos.

O **Gráfico 6** revela que o volume semanal de carne bovina consumido pelas famílias de Barra do Corda é significativo, com a maior parte dos entrevistados consumindo entre 1 e 3 kg de carne bovina por semana. Aproximadamente 37% dos participantes relataram consumir entre 1 e 2 kg, enquanto 36% afirmaram que adquirem de 2 a 3 kg semanalmente. Um grupo considerável, 27% dos entrevistados, ultrapassa os 3 kg semanais, o que demonstra a importância da carne bovina na alimentação local, não apenas como uma fonte de proteína, mas como um elemento central nas refeições diárias.



Esse padrão de consumo é consistente com os resultados de estudos realizados em outras regiões do Brasil. Pesquisas de Nascimento *et al.* (2018), no Mato Grosso do Sul, indicam que famílias em diversas partes do Brasil apresentam consumo semanal de carne bovina em volume similar, variando entre 1,5 e 3 kg, especialmente quando a carne vermelha faz parte da alimentação cotidiana. Assim como observado em Barra do Corda, a carne bovina continua sendo um alimento

predominante nas principais refeições, associado a um hábito cultural e a uma forte preferência sensorial por seu sabor e textura.

Outro aspecto relevante que contribui para esse volume de consumo semanal é o tamanho médio das famílias maranhenses, que geralmente conta com mais de três membros, conforme dados do IMESC (2024). Famílias maiores tendem a consumir maior quantidade de carne, e essa realidade se reflete diretamente no volume consumido em Barra do Corda. Além disso, as famílias de menor renda, que representam uma parte significativa da população local, buscam cortes mais acessíveis e com maior rendimento, como acém, paleta e peito. Esses cortes possibilitam que as famílias adquiram maior quantidade de carne sem ultrapassar o orçamento disponível, uma estratégia que já havia sido observada por Leite (2020) e Cavalcante (2020) em estudos de outras regiões com perfis socioeconômicos semelhantes.

Portanto, o volume de carne consumido semanalmente em Barra do Corda não apenas reflete a importância cultural e alimentar da carne bovina, mas também demonstra a capacidade das famílias de adaptar seus hábitos de consumo à sua realidade econômica. A carne bovina, indispensável nas refeições diárias e sua presença em momentos de socialização, continua a ser um pilar importante na alimentação das famílias cordinas, alinhando-se às tradições locais e às estratégias econômicas que tornam o consumo de carne acessível, mesmo em um cenário de restrições orçamentárias.

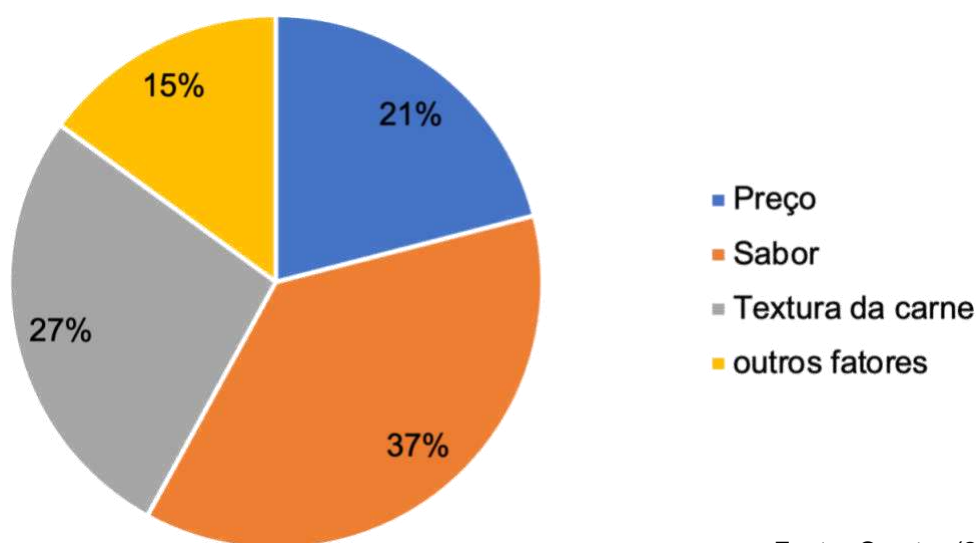
4.3 Motivações e Preferências

A seção sobre as motivações e preferências dos consumidores de carne bovina em Barra do Corda abordou os principais fatores que influenciam a escolha do produto, identificando os aspectos mais valorizados pelos entrevistados na hora da compra. De acordo com os resultados, o preço continua sendo um dos principais determinantes nas decisões de compra, o que está em consonância com o perfil socioeconômico da população local, onde grande parte dos consumidores se encontra nas faixas de menor renda.

O **Gráfico 7** destaca que, para os consumidores de Barra do Corda, o sabor é o fator mais importante na hora de escolher a carne bovina, com 37% dos entrevistados indicando esse atributo como decisivo. A textura da carne também se

mostrou um fator relevante, com 27% dos participantes afirmando que consideram a maciez e a suculência da carne como critérios fundamentais. Esses resultados evidenciam que, embora o preço também seja um fator relevante (21%), os atributos sensoriais da carne predominam sobre aspectos econômicos, sugerindo que a carne bovina não é apenas um alimento, mas um produto que carrega um valor simbólico e afetivo importante para os consumidores locais.

Gráfico 7 – Aspecto levado em consideração na hora de escolher a carne bovina



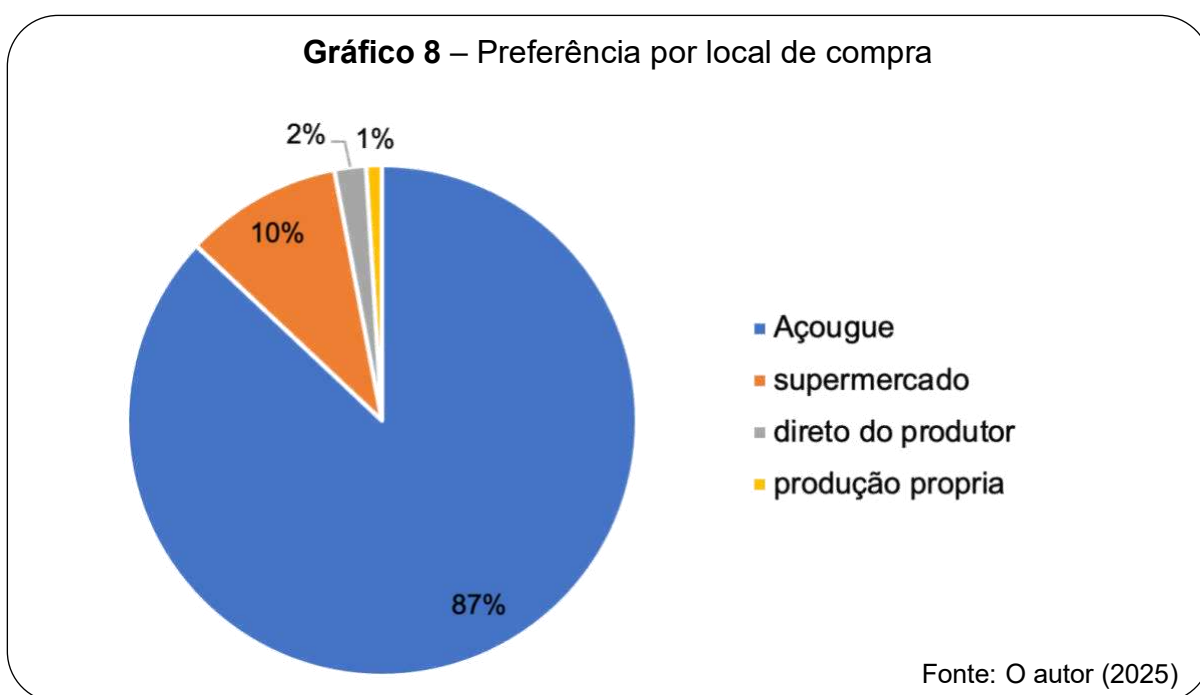
Fonte: O autor (2025)

Esses achados se alinham com estudos realizados em outras regiões do Brasil. Mannes *et al* (2018), observou que os consumidores priorizam o sabor, a cor e a suculência da carne bovina, fatores que também foram destacados na pesquisa de Barra do Corda. Cavalcante (2020) também reforça essa tendência, observando que os consumidores nordestinos tendem a valorizar a aparência e a maciez da carne em detrimento de informações técnicas ou certificações, algo que foi claramente refletido nas respostas obtidas em Barra do Corda. A preferência por características sensoriais, como sabor e textura, indica que, para esses consumidores, a qualidade da carne está intimamente ligada à experiência sensorial proporcionada, mais do que a aspectos técnicos como a origem ou o processo de certificação.

Além disso, estudos como o de Nascimento *et al.* (2018) também corroboram os resultados da pesquisa em Barra do Corda. O estudo aponta que, embora a praticidade e a grande oferta de carne sejam aspectos importantes, o sabor continua sendo o fator mais destacado pelos consumidores (60%), refletindo a forte relação

entre qualidade sensorial e decisão de compra. Esse comportamento é amplamente observado em várias regiões, reforçando a ideia de que, no Brasil, a carne bovina é associada a momentos de prazer e socialização, o que aumenta a valorização de sua qualidade sensorial, especialmente em contextos culturais como o de Barra do Corda, onde a carne bovina é indispensável nas refeições e nos eventos sociais.

Além disso, a preferência pelo local de compra também foi um aspecto importante, como é demonstrado no **Gráfico 8**. Os dados indicaram que a maioria dos consumidores optam por comprar carne bovina em açougues tradicionais, um reflexo da prática local e da confiança que esses estabelecimentos geram nas famílias de Barra do Corda. A possibilidade de negociação direta, escolha do corte e, muitas vezes, o parcelamento, torna os açougues uma alternativa acessível e conveniente, atendendo às condições econômicas e preferências dos consumidores. Esse comportamento é consistente com o que foi observado por Maia Filho *et al.* (2015), que destacam a importância de aspectos como preço e confiança no local de compra, especialmente em comunidades com maior sensibilidade econômica.



O Gráfico 8 revela que a grande maioria dos entrevistados, 87%, prefere adquirir carne bovina em açougues, enquanto 10% compram em supermercados, 2% diretamente do produtor e apenas 1% adquire carne de produção própria. Esse resultado evidencia a forte presença do comércio tradicional, especialmente os açougues, como o local preferido de compra. A relação de confiança entre cliente e

vendedor, característica marcante dos municípios interioranos, é um fator central que explica essa escolha. A proximidade do açougue, a fidelidade ao local de compra e a percepção de frescor e qualidade do produto são elementos fundamentais que influenciam a decisão de compra dos consumidores locais.

Para Rocha (2016), o local de compra está diretamente relacionado à percepção de frescor e qualidade da carne. Nos açougues, os consumidores buscam não apenas um produto de qualidade, mas também a confiança no fornecedor, que se constrói ao longo do tempo. Esses aspectos são particularmente valorizados por consumidores que priorizam a aparência da carne e que buscam um atendimento personalizado. Esse comportamento se distingue do encontrado em grandes centros urbanos, onde os supermercados frequentemente se tornam os principais canais de compra de carne bovina, como apontado por Molento (2015). Em Barra do Corda, a compra em açougues reflete uma característica local de preferir a comodidade e a praticidade oferecidas por esses estabelecimentos, como a proximidade da residência e o relacionamento contínuo com o vendedor, conforme observado por Mazzuchetti e Batalha (2016).

Desta forma, de maneira geral, a pesquisa de campo realizada em Barra do Corda proporcionou uma compreensão detalhada do perfil do consumidor de carne bovina local, abordando aspectos como hábitos de consumo, motivações, preferências e fatores socioeconômicos que influenciam a escolha desse produto. Os dados revelaram que a carne bovina apresenta uma significativa importância na alimentação das famílias cordinas, sendo consumida com alta frequência e em volumes significativos. A pesquisa também destacou a importância da relação de confiança com os fornecedores locais, como açougues, e a forte conexão da carne com tradições culturais e sociais. Além disso, os fatores econômicos, como a faixa de renda familiar, demonstraram influência direta nas escolhas alimentares, refletindo o comportamento adaptativo dos consumidores em face das restrições orçamentárias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou compreender o perfil do consumidor de carne bovina no município de Barra do Corda-MA, revelando um conjunto de características que refletem tanto a realidade socioeconômica da região quanto as particularidades culturais que moldam o consumo deste produto. Os resultados evidenciaram que a

carne bovina permanece como a principal fonte de proteína animal para a maior parte das famílias entrevistadas, ocupando um posicionamento relevante no cotidiano alimentar e nos momentos de convívio social. A forte presença desse alimento na dieta local demonstra não apenas preferência sensorial, mas também a permanência de tradições que se mantêm ao longo das gerações.

Ao analisar os dados sociodemográficos, verificou-se que o consumo é marcado por predominância masculina no processo de compra e pelo peso das classes de menor renda, que representam a maior parte da amostra. Esses dois aspectos influenciam diretamente o tipo de corte adquirido, o volume semanal consumido e a frequência de consumo. Mesmo com limitações orçamentárias, os consumidores demonstram esforço para manter a carne bovina em sua rotina, recorrendo a cortes mais acessíveis e adaptando a quantidade à realidade financeira de cada família.

Outro ponto importante revelado pela pesquisa foi a forte valorização dos atributos sensoriais da carne, como sabor e textura, que se sobressaíram em relação ao preço, indicando que a percepção de qualidade tem grande impacto na decisão de compra. Esse comportamento está alinhado a estudos realizados no Brasil, que destacam o simbolismo da carne bovina como alimento associado ao prazer, à socialização e à identidade cultural. A predominância dos açougues como principal local de compra reforça essa percepção, já que o vínculo de confiança com o fornecedor e a possibilidade de escolher o corte de forma personalizada são aspectos muito valorizados pelos consumidores locais.

A pesquisa de campo também mostrou que a escolaridade exerce influência nas escolhas, principalmente no que diz respeito à atenção a aspectos de manipulação, higiene e qualidade visual. Consumidores com maior escolaridade tendem a avaliar com mais cuidado a procedência e a aparência da carne, ainda que o preço permaneça como variável determinante para a maioria das famílias.

De modo geral, os achados deste estudo oferecem um panorama consistente sobre o comportamento do consumidor de carne bovina em Barra do Corda, destacando a interação entre fatores econômicos, culturais, sensoriais e sociais. Essa compreensão é relevante para comerciantes, produtores e gestores públicos, pois permite desenvolver estratégias que atendam às expectativas do consumidor local, ao

mesmo tempo em que fortalecem a cadeia produtiva e ampliam a competitividade do mercado regional.

Por fim, a pesquisa abre espaço para estudos futuros que podem aprofundar aspectos ainda pouco explorados, como a influência das redes de distribuição no preço final da carne, a percepção do consumidor sobre rastreabilidade e sustentabilidade, e as mudanças nos hábitos alimentares diante do avanço de alternativas proteicas. Pesquisas que incluam outros segmentos do mercado de carnes, como suína, frango e peixe, também podem contribuir para um entendimento mais amplo das preferências alimentares da população de Barra do Corda e de municípios com características semelhantes. Assim, este estudo não apenas descreve a realidade local, mas também serve de base para novas investigações sobre consumo, mercado e nutrição no contexto regional.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Kelly Kunkel. **Perfil do consumidor de carne bovina de Porto Alegre/RS**. Dissertação (Mestrado em Zootecnia – Produção Animal) – Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/150546/001008417.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 15 de out. de 2025.

ÁVILA, Tais Sandri. **Perfil e comportamento do com consumidor de carne bovina: uma análise do Paraná e Santa Catarina**. 2016. Dissertação (Mestrado em Zootecnia) — Curso de Pós-Graduação em Zootecnia, Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016. Disponível em: <https://acervo.digital.ufpr.br/xmlui/bitstream/handle/1884/43367/R%20-%20D%20%20TAIS%20SANDRI%20AVILA.pdf?sequence=3&isAllowed=y>. Acesso em: 21 out. 2025.

BRASIL. **Produção da pecuária municipal 2024**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9107producao-da-pecuaria-municipal.html%5D>. Acesso em: 13 out. 2025.

BRIDI, A. M. **Consumo de carne bovina e saúde humana: convergências e divergências**. Salvador: EDUFBA, 2014.

CAVALCANTE, José. Perfil do consumidor de carne bovina no município de UruçuíPI. **Revista Pubvet**, [S. l.], v. 14, n. 03, 2020. DOI: 10.31533/pubvet.v14n3a527.1-9. Disponível em: <https://ojs.pubvet.com.br/index.php/revista/article/view/616>. Acesso em: 21 out. 2025.

CIPRIANO, L. da C.; *et al.* Perfil do consumidor de carne bovina no Estado de Roraima. **Revista Brasileira de Desenvolvimento**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 1849–1864, 2021. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/22751>. Acesso em: 21 out. 2025.

CUNHA, Douglas. **Carne de boi e ovos afastam o consumidor**. O Imparcial, São Luís (MA), 11 de março de 2025. Disponível em: <https://oimparcial.com.br/noticias/2025/03/carne-de-boi-e-ovos-afastam-o-consumidor/>. Acesso em: 22 de out. 2025.

ESTADO DO MARANHÃO. Maranhão ultrapassa 10 milhões de cabeças do rebanho bovino e produção animal atinge marca de R\$ 12 bilhões. Disponível em: <https://www.ma.gov.br/noticias/maranhao-ultrapassa-10-milhoes-de-cabecas-do-rebanho-bovino-e-producao-animal-atinge-marca-de-r-12-bilhao>. Acesso em: 13 out. 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Como Fazer uma Pesquisa**. Rio de Janeiro: Atlas, 2014.

GROOT, Etienne. Segmentos de preferências na aquisição da carne bovina. **Revista Sober ResR**, v. 59, n. 2, e213487, 2021. DOI: 10.1590/18069479.2021.213487. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/q9khtZfdD4sqm7P99fRbN3h/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 13 out. 2025.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Indicadores IBGE – **Estatística da produção pecuária**, 2023. Disponível em: ftp://ftp.ibge.gov.br/Producao_Pecuaria/Fasciculo_Indicadores_IBGE/abate-leite-couroovos_201604caderno.pdf. Acesso em: 15 de out. de 2025.

INSTITUTO Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos (IMESC).

Desempenho da Pecuária Maranhense — Relatório 2023. São Luís: IMESC, 2024. Disponível em: <https://imesc.ma.gov.br/wpcontent/uploads/2025/10/Desempenho-daPecuarriaMaranhense-2023.pdf>. Acesso em: 13 out. 2025.

KOTLER, P. **Administração de marketing:** análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

LEITE, Brenda Farias da Costa. **Fatores relacionados ao consumo de carne bovina pela população de Campo Grande – MS.** Dissertação (Mestrado em Ciência Animal) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2020. Disponível em: <https://posgraduacao.ufms.br/portal/trabalho-arquivos/download/5117>. Acesso em: 13 de out. de 2025.

MAIA FILHO, G. H. B.; *et al.* Mercado consumidor e a qualidade de carne bovina no Brasil. **Caderno de Ciências Agrárias**, v.7, n.1, 2015.

MANNES, J. F.; *et al.* Gestão da qualidade no ramo alimentício: um estudo de caso em um frigorífico. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**, v. 7, n. 3, p.33-45, 2018.

MARTINS, D. S. **Consumo de carne bovina e a questão de gênero.** Universidade Federal de São Paulo. São Paulo: USP, 2019.

MAZZUCHETTI, R. N.; BATALHA, M. O. O comportamento do consumidor em relação ao consumo e às estruturas de comercialização da carne bovina na região de Amerios/PR. **Revista VariaScientia**. v. 04, p. 25-43, 2016.

MOLENTO, C.F.M. Bem-estar e produção animal: aspectos econômicos- revisão. **Arquivos de Ciência Veterinária**, v. 10, p. 1-11, 2015.

MOURA, T. L. **Formatos de varejo de alimentos:** um estudo sobre as preferências do consumidor. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 2015.

NASCIMENTO, J. D. *et al.* Perfil do consumidor de carnes do Alto Pantanal sulmato-grossense. **Revista Acadêmica Ciência Animal**, v. 16, 2018. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/cienciaanimal/article/view/16517>. Acesso em: 15 de out. de 2025.

ROCHA, J.C.M.C. A importância da carne na nutrição humana. **Agropecuária Tropical**, n. 111, p. 15-18, fev/mar 2016.

SILVA, Thallys Ferreira da. **Qualidade da carne comercializada em Barra do Corda.** [Monografia apresentada ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão do Agronegócio, da Universidade Estadual do Maranhão]. Barra do Corda-MA, 2023.

SOARES, Kamilla Ribas; XIMENES, Luciano Feijão. Carne Bovina, v. 9, n. 348, setembro, 2024. **Caderno Setorial ETENE**, Fortaleza, v. 9, n. 343, 2024. Disponível

em: <https://www.bnb.gov.br/revista/cse/article/view/3063>. Acesso em: 15 de out. de 2025.

VARGAS, A. R.; SZNITOWSKI, A. M. **Fatores influenciadores na decisão de compra do consumidor no varejo supermercadista**. São Paulo: Simpoi, 2018.

WAGNER, B. **Preferências dos consumidores de carne bovina: uma abordagem referente às cidades interioranas**. Florianópolis: UFSC, 2018.

APÊNDICE

APÊNDICE – A

Questionário de Pesquisa sobre o Perfil do Consumidor de Carne Bovina em Barra do Corda – MA

Este questionário foi elaborado com o objetivo de compreender o perfil do consumidor de carne bovina em Barra do Corda-MA, buscando identificar os padrões de consumo, motivações e preferências relacionadas a este produto. As informações obtidas serão fundamentais para a análise da cadeia produtiva da carne bovina no município e poderão contribuir para a elaboração de estratégias de marketing e políticas públicas voltadas ao fortalecimento do comércio regional. A sua participação é muito importante para o sucesso deste estudo.

As respostas são de caráter confidencial e não serão usadas para fins além da pesquisa.

I - Dados Sociodemográficos 1 - Sexo

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

2 - Faixa de renda familiar

- ☐ 0 - 1 salário mínimo
- ☐ 1 a 2 salários mínimos
- ☐ 2 a 3 salários mínimos
- ☐ Mais de 3 salários mínimos

3 - Escolaridade

- ☐ Analfabeto
- ☐ Ensino Fundamental
- ☐ Ensino Médio
- ☐ Ensino Superior

II - Padrões de Consumo

4 - Qual é a carne mais consumida em sua casa?

- ☐ Carne Bovina
- ☐ Carne Suína
- ☐ Carne de Frango (
- ☐ Carne de Peixe

5 - Com que frequência você consome carne bovina durante a semana? ()

- Todos os dias
- ☐ 2-3 vezes por semana
- ☐ Raramente
- ☐ Não consome carne bovina

6 - Qual é o volume aproximado de carne bovina que sua família consome por semana? (Em kg)

- ☐ 1 a 2 kg
- ☐ 2 a 3 kg
- ☐ Mais de 3 kg

III - Motivações e Preferências

7 - O que você mais leva em consideração na hora de comprar carne bovina?

- ☐ Preço
- ☐ Sabor
- ☐ Textura da carne
- ☐ Qualidade (outros fatores)

8 - Onde você prefere comprar carne bovina?

- ☐ Açougue
- ☐ Supermercado
- ☐ Direto do produtor
- ☐ Produção própria