



**Perfil do consumidor de carne na fronteira: um estudo comparativo entre Ponta Porã/BR e Pedro Juan Caballero/PY**

*Consumer profile of meat on the frontier: a comparative study between Ponta Porã / BR and Pedro Juan Caballero / PY*

**Leandro Francisco Barbosa<sup>1</sup>, Tatiana Pfüller Wommer<sup>1</sup>, Marcel Hastenpflug<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS), Câmpus Ponta Porã, CEP: 79909-000, Ponta Porã-MS. E-mail: leandro.agronegocio@outlook.com

Recebido em: 30/04/2015

Aceito em: 25/06/2015

**Resumo.** Com o objetivo de identificar as diferenças entre o consumidor de produtos cárneos das cidades de Ponta Porã, Brasil e Pedro Juan Caballero, Paraguai, foram entrevistados 600 consumidores através da aplicação de questionário estruturado. Observou-se que a diferença cultural existente entre a população brasileira e paraguaia residente em região de fronteira impacta no hábito de consumo de carne, visto que consumidores brasileiros apresentam maiores preocupações relacionadas à qualidade na aquisição destes produtos. Entretanto, semelhanças encontradas podem ser resultado da influência que cidades de fronteira geram umas sobre as outras.

**Palavras-chave:** consumidor, interculturalidade, região

**Abstract.** With the aim to identify differences between the consumer of meat products from the cities of Ponta Porã, Brazil and Pedro Juan Caballero, Paraguay were interviewed 600 consumers by applying structured questionnaire. It was observed that the existing cultural differences between the Brazilian and Paraguayan population residing in the borderland region impacts the habit of eating meat, since Brazilian consumers have higher quality concerns related to the purchase of this product. However similarities can be found of the influence that borderland cities generate over each other.

**Keywords:** consumer, interculturalism, region

### **Introdução**

Estudos da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO, 2011) apontam crescente aumento no consumo de carne até 2050, prevendo um consumo total de 460 milhões de toneladas, ou seja, um consumo per capita de 50 quilos por ano. Desta forma, a busca por carne de qualidade tem feito as cadeias produtivas passarem por diversas modificações e melhorias para se adequarem às exigências do crescente e seletivo mercado consumidor. As exigências do consumidor podem variar entre países, ou até mesmo entre regiões de um mesmo país, dependendo de suas preferências e das tradições culinárias (Piola Jr. et al, 2009). Para tanto, alguns são extremamente exigentes, seletivos e difíceis de conquistar e outros são mais flexíveis e menos preocupados ou informados sobre o produto que estão consumindo.

A interculturalidade evidente em região de fronteira diverge em inúmeros fatores como crenças, comportamentos sociais, métodos educacionais e

hábitos alimentares, e são esses fatores que fazem com que as distinções entre consumidores sejam marcantes. Há também a interferência de uma cultura sobre o costume da outra, isto faz com que consumidores mudem seus critérios de exigência em função da perceptividade da melhoria de qualidade observada em seu “vizinho”. Os hábitos e as preferências em relação ao consumo de produtos cárneos podem variar e desta forma o atendimento dessas exigências deve ser preconizado para garantir a satisfação do consumidor local.

Se em região de fronteira existem diferenças marcantes nos hábitos de consumo, cada localidade deve se atentar a essas necessidades. Esta garantia de aquisição de produtos cárneos locais evita a comercialização cruzada destes produtos, que legalmente não é permitida, mas que em função das características regionais de fronteira acabam acontecendo, o que dificulta o trabalho de controle das agências de sanidade animal.

Desta forma, este estudo foi conduzido com o objetivo de avaliar se a diferença cultural existente entre a população brasileira e paraguaia residente em região de fronteira impacta no hábito de consumo de carne, bem como nos critérios de escolha desse produto a ser consumido cotidianamente pelas famílias.

**Material e Métodos**

O trabalho foi conduzido no município brasileiro de Ponta Porã-MS e na cidade paraguaia de Pedro Juan Caballero entre agosto de 2013 a julho de 2014. Estas cidades formam uma conurbação com aproximadamente 180 mil habitantes. A pesquisa caracterizada qualitativa e quantitativa do tipo “survey”, a qual baseia-se na

aplicação de questionário estruturado para obtenção de dados e informações a cerca de determinado grupo de pessoas, representativas do público alvo (Pinsonneault e Kraemer, 1993, *apud* Freitas et al., 2000). Para a obtenção desta representatividade do público alvo, o questionário foi aplicado em supermercados, mercados e casas de carne à pessoas que se encontravam na eminência da compra de produtos cárneos, independentemente da espécie, podendo ser carne bovina, ovina, suína, frango ou peixe e também a consumidores de uma forma geral. Foram entrevistados 600 consumidores, sendo 300 brasileiros e 300 paraguaios. Dos entrevistados no Brasil 45,6% eram do sexo feminino e 54,4% do masculino. Já no Paraguai 66% foram do sexo feminino e 34% do masculino (Tabela 1).

**Tabela 1.** Gênero dos entrevistados no Brasil e Paraguai

Variável	Brasil		Paraguai	
	f	%	f	%
<b>Sexo</b>				
Feminino	137	45,7	198	66
Masculino	163	54,3	102	34

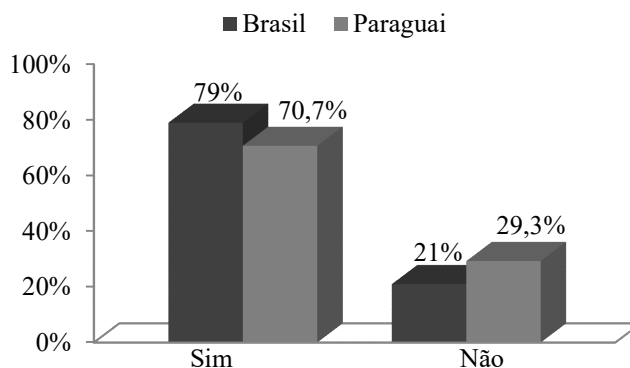
f= Frequência

Os dados obtidos foram tabulados no software Microsoft Excel® versão 2010, no qual foram gerados gráficos/figuras para posterior análise interpretativa.

**Resultados e Discussão**

Na Figura 1 estão demonstrados os dados referentes à preocupação do consumidor em relação à origem da carne a ser adquirida. Podemos observar

que 79% dos entrevistados brasileiros alegaram se preocupar com esse aspecto e 21% não levam em consideração este quesito. Já no Paraguai 70,7% relataram preocupação quanto à origem da carne a ser adquirida e 29,3% não consideram esse item relevante. De acordo com Cazane e Machado (2010) o consumidor de uma forma geral tem adotado uma postura mais consciente, preocupando-se quanto à origem e a qualidade da matéria-prima.



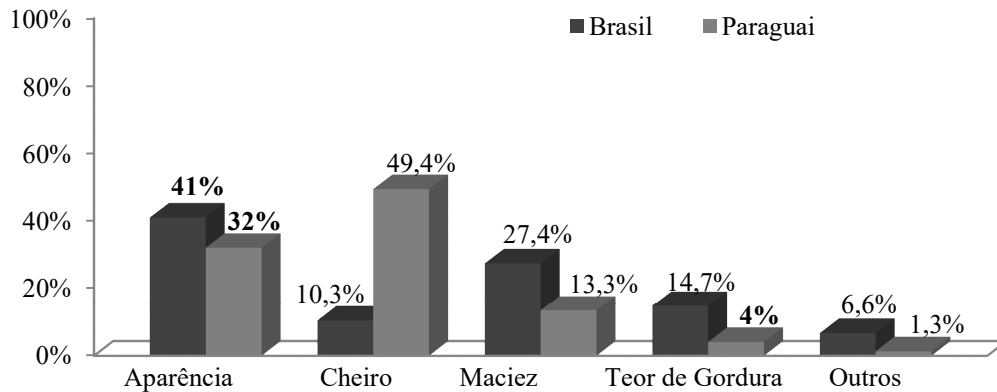
**Figura 1.** Preocupação de consumidor quanto à origem da carne.

A Figura 2 ilustra a concepção de qualidade da carne pelos consumidores, onde 41% dos brasileiros entrevistados alegaram associar a

aparência à qualidade e 27,4% associaram a maciez com a qualidade do produto. Já 49,3% dos paraguaios entrevistados alegaram associar o cheiro

do produto a sua qualidade e 32,1% a aparência. O teor de gordura do produto foi citado por 14,7% dos

brasileiros e 4% dos paraguaios entrevistados como sendo associado à qualidade.



**Figura 2.** Fatores que o consumidor associa à qualidade da carne.

Na Tabela 2 estão apresentados os dados referentes ao consumo de carnes, formas de aquisição e preparo do produto cárneo. Foi constatado que as carnes mais consumidas pelos brasileiros foram a bovina (61%) seguida pela de aves (25%). No Paraguai os dados encontrados foram bastante semelhantes aos do Brasil, pois 55,3% dos entrevistados alegaram preferência pelo consumo de carne bovina e 25% pela carne de aves. O consumo de carnes vem aumentando cerca de 3% ao ano, de acordo com dados do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2013) sendo as carnes mais consumidas pelos brasileiros as de aves e a bovina, respectivamente.

Quando questionados sobre a forma que preferem adquirir carne, os consumidores, tanto da cidade brasileira quanto os da paraguaia, em sua maioria alegaram priorizar a aquisição de carne cortada na hora, 76% e 86,7%, respectivamente. Também houve semelhança nos dados encontrados relativos a forma de preparar o produto, pois 53,7% dos brasileiros entrevistados alegaram preferência por consumir a carne cozida e 25,7% frita. Os paraguaios entrevistados também alegaram preferência pelo consumo da carne cozida e frita 48,7% e 39%, respectivamente. Essas semelhanças encontradas podem ser denotativas da influencia nos hábitos alimentares de uma cidade sobre a outra.

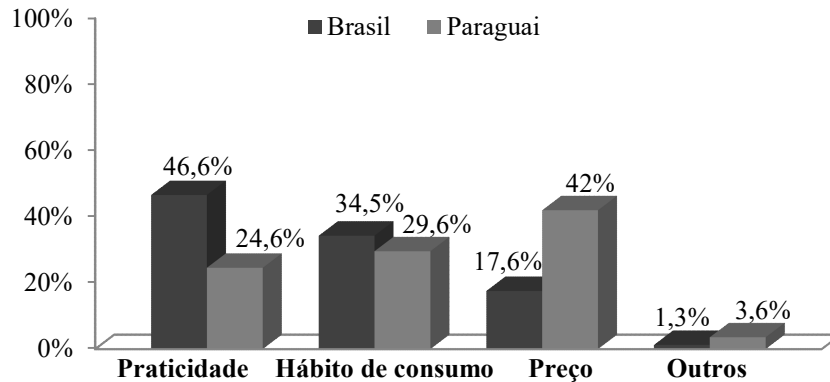
**Tabela 2.** Dados referentes ao consumo, critérios de escolha e modo de preparo da carne.

Variável	Brasil		Paraguai	
	f	%	f	%
<b>Preferência de consumo</b>				
Bovina	183	61	166	55,3
Suína	23	7,7	42	14
Aves	76	25,3	76	25,3
Peixe	18	6	16	5,3
<b>Preferencia na aquisição</b>				
Cortada na hora	228	76	260	86,7
Embalada a vácuo	25	8,3	18	6
Embalada em bandejas	47	15,7	22	7,3
<b>Forma de preparo</b>				
Assada	48	16	34	11,3
Frita	77	25,7	117	39
Cozida	161	53,7	146	48,7
Outros	14	4,6	3	1

f= Frequência

A Figura 3 ilustra os fatores determinantes na escolha pelo tipo de carne. Pode-se observar que os brasileiros prezam por comprar o produto por sua praticidade no preparo (46,6%), sendo o hábito de

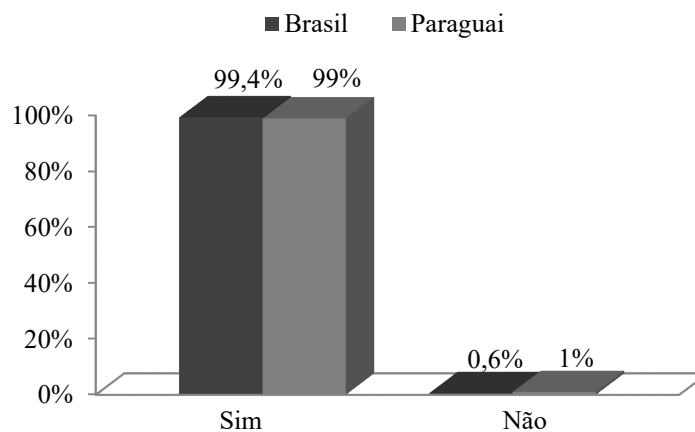
consumo também citado como um fator importante para 34,3%. Já os paraguaios entrevistados, 42% alegaram escolher a carne pelo preço e 29,6% pelo hábito de consumo.



**Figura 3.** Fatores que determinam a escolha do tipo de carne.

Os dados que ilustram a atenção do consumidor em relação a higiene do estabelecimento e do atendente estão dispostos na Figura 4. Os resultados desse questionamento foram semelhantes, onde os consumidores de ambas as nacionalidades alegaram dar atenção em relação à higiene do

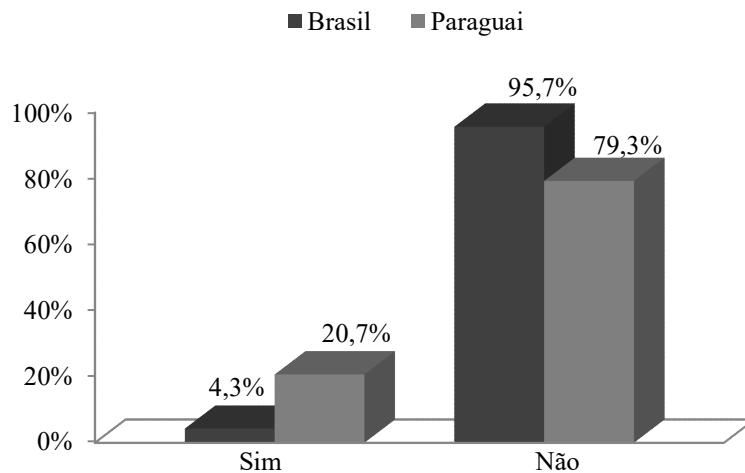
estabelecimento e do atendente do local. Em seu trabalho Porto et al. (2006) constatou que o atributo mais importante, durante o processo decisório de compra das carnes, foi o aspecto geral do local de venda, demonstrando que a apresentação do produto e a higiene do local e do vendedor são importantes.



**Figura 4.** Preocupação do consumidor com a higiene do estabelecimento e atendente.

A Figura 5 ilustra a porcentagem dos entrevistados que já adquiriram carne no país vizinho. Dos brasileiros entrevistados 4,3% alegaram já ter comprado carne no Paraguai e 95,7% não. Já no Paraguai esta proporção é significativamente maior, ou seja, 20,7% alegam ter adquirido carne no Brasil e 79,3% não. Dos brasileiros que afirmaram terem adquirido carne no

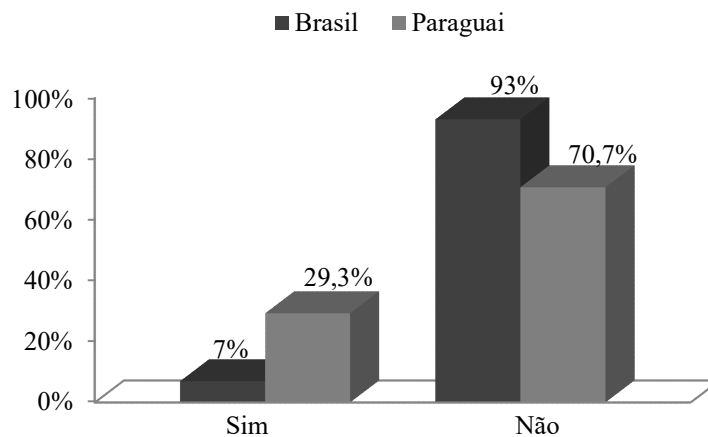
Paraguai 77% alegaram terem sido motivados pelo preço, 7,6% pela qualidade e 15,4% por outros fatores. Em relação aos paraguaios, 17,8% dos que afirmaram terem adquirido carne no Brasil alegaram motivação pelo preço, 77,3% pela qualidade e 4,9% por outros fatores. De acordo com Porto et al. (2006) aspectos antes pouco valorizados como higiene e qualidade estão sendo fatores determinantes nas decisões de compra.



**Figura 5.** Aquisição de carne no país vizinho.

Os dados referentes à aquisição de carne diretamente da propriedade rural estão ilustrados na Figura 6. Podemos observar que 7% dos brasileiros entrevistados alegaram já terem adquirido carne dessa forma e 93% não. Já no Paraguai este número mostra-se mais elevado, ou seja, 29,3% dos paraguaios relataram já terem adquirido carne diretamente em propriedades rurais e 70,7% afirmaram que nunca obtiveram carne desta forma.

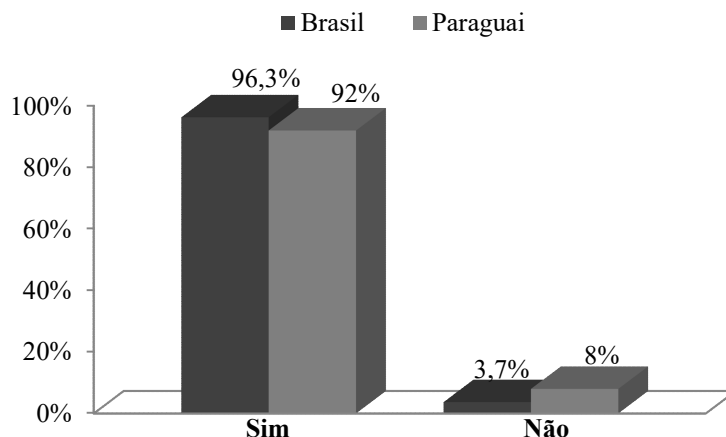
Esta diferença pode caracterizar divergência cultural por ser uma prática mais comum deste tipo de comércio. Apesar da ilegalidade, alguns produtores ainda vendem carne de animais abatidos na propriedade, sem as técnicas adequadas de abate e armazenamento. Os consumidores que adquirem este tipo de produto, provavelmente motivados pelo menor preço, ignoram os riscos de contaminação ocasionados por esta prática errônea.



**Figura 6.** Aquisição de carne diretamente do produtor.

O mercado (produtos e serviços) vem se modificando com o processo de globalização para se adequar as mudanças no perfil do consumidor. De acordo com Porto et al. (2006) o consumidor de forma geral está cada dia mais atento e exigente a aspectos antes pouco valorizados como a higiene, qualidade e confiabilidade. Fatos que desagradam o consumidor podem influenciar na escolha do

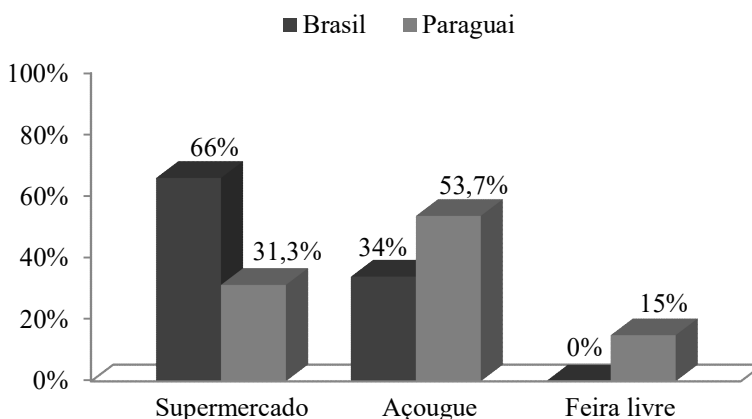
estabelecimento comercial em compras posteriores. Sendo assim na Figura 7 pode-se observar a influência que experiências negativas na aquisição de carnes têm em compras posteriores. Foi constatado que 96,3% dos brasileiros e 92% dos paraguaios entrevistados alegaram que qualquer experiência desagradável influencia na escolha do local da próxima compra.



**Figura 7.** Influência de experiências negativas na escolha do local das compras posteriores

A Figura 8 demonstra a preferência do consumidor em relação ao local de compra da carne. Para a maioria dos entrevistados brasileiros, ou seja, 66%, a preferência é pela aquisição da carne em supermercados. Em seu estudo Brisola et al. (2005) constatou que a preferência por esse tipo de estabelecimento é justificada pelo fato de oferecerem número maior de itens, além de maior comodidade (estacionamento, atendimento e entrega) e diferentes formas de pagamento. Dos paraguaios entrevistados 53,7% alegaram preferência na aquisição em açougue. Já a compra em feira livre foi relatada por 15% dos paraguaios.

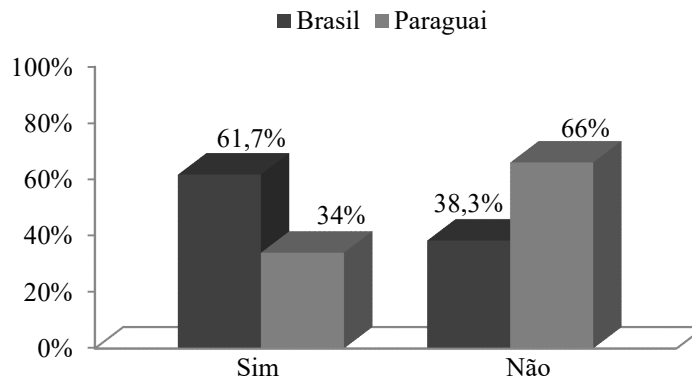
Esta diferença observada pode estar associada aos dados encontrados quando se questionou a preocupação quanto à origem da carne (Figura 1), visto que a aquisição de produtos cárneos em comércios sem fiscalização e devidas condições de higiene e conservação, como as feiras livre, já denotam uma menor atenção e exigência por parte do consumidor, pois de acordo com Lundgren et al. (2009) nesse tipo de comércio a carne e seu derivados ficam exposta em condições insalubres, sujeitas a ação direta de micro-organismos e insetos.



**Figura 8.** Local da compra da carne

A Figura 9 ilustra o relato dos entrevistados em relação à preocupação em pesquisar a qualidade antes de adquirir a carne. Podemos observar que 61,7% dos brasileiros e 34% dos paraguaios entrevistados alegaram pesquisar em diferentes

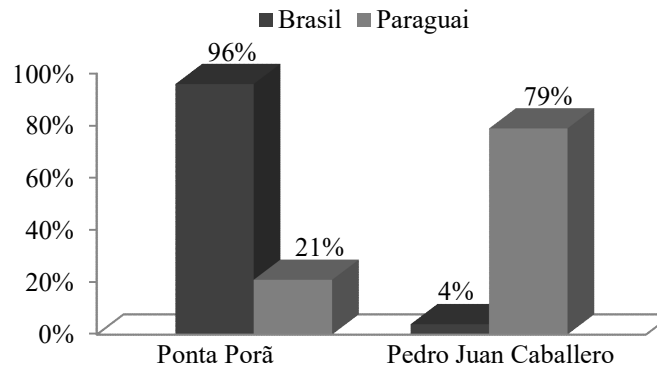
estabelecimentos esses fatores. Este resultado pode ser um denotativo de diferença no perfil do consumidor dos dois países, pois demonstra claramente a maior exigência do brasileiro em relação à procura por produto de qualidade superior.



**Figura 9.** Preocupação em pesquisar a qualidade antes de efetuar a compra

A Figura 10 traz os dados referentes à cidade que melhor atende as exigências e expectativas dos entrevistados. A grande maioria dos brasileiros entrevistados (96%) relatou ser Ponta Porã a cidade que mais supre suas exigências de consumo e 4% afirmaram ser Pedro Juan Caballero. Já para a maioria dos entrevistados paraguaios 79%

afirmaram ser Pedro Juan Caballero a cidade que supre suas exigências e expectativas e 21% alegaram ser Ponta Porã. Esse dado corrobora com os dados observados na Figura 5, onde 20% dos entrevistados paraguaios alegaram ter adquirido carne no Brasil motivados em sua maioria pela qualidade dos produtos.



**Figura 10.** Cidade que atende as exigências e expectativas dos consumidores.

### Conclusões

A diferença cultural existente entre a população brasileira e paraguaia residente em região de fronteira impacta no hábito de consumo de carne, visto que consumidores brasileiros demonstraram maior preocupação em relação ao local da compra e com a qualidade do produto a ser adquirido, principalmente pelo fato cultural de aquisição de produtos em feiras livre e, provavelmente, pela facilidade de obtenção de carne diretamente do produtor. Por outro lado, as semelhanças encontradas podem ser resultado da influência que cidades de fronteira geram umas sobre as outras.

### Referências

- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Mercado interno**. Brasília: Mapa/ACS, [2013]. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/animal/mercado-interno>. Acesso em: 03/Ago./2014
- BRISOLA, M. V; CASTRO, A. M. G. Preferências do consumidor de carne bovina do Distrito Federal pelo ponto de compra e pelo produto adquirido. **Caderno de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v. 12, n. 1, p. 81-99, 2005.



## **Revista Agrarian**

ISSN: 1984-2538

- CAZANE, A. L.; MACHADO, J. G. C. F. Análise das feiras livres de Tupã-SP a partir do comportamento do consumidor de FLV. **Anais do 48º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Campo Grande. MS. 2010.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. (FAO). Food Outlook, Global market analysis, 2011. 112p.
- FREITAS, H; OLIVEIRA, M; SACCOL, A. Z; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**. São Paulo, v.3, n.3, p.105-112, 2000.
- LUNDGREN, P. U; SILVA, J. A.; MACIEL, J. F; FERNANDES, T. M. Perfil da qualidade higiênico-sanitária carne bovina comercializada em feiras livres de mercados públicos de João Pessoa/PB-Brasil. **Alimentos e Nutrição**. v. 20, n. 1, p. 113-119, 2009.
- PIOLA JUNIOR, W; RIBEIRO, E. L. A.; MIZUBUTI, I. Y.; SILVA, L. D. F.; SOUSA, C. L.; PAIVA, F. H. P. Níveis de energia na alimentação de cordeiros em confinamento e composição regional e tecidual das carcaças. **Revista Brasileira de Zootecnia**. v. 38, n. 9, p.1797-1802, 2009.
- PORTO, R. G; Kohls, V. K; Rigatto, P. Perfil e hábitos do consumidor final de carnes em pelotas-rs. **Revista Eletrônica de Administração**. Edição 54, v. 12, n.6, nov-dez 2006.