



RASTREABILIDADE DE CARNES: QUAL É A VISÃO DOS CONSUMIDORES FRENTE A ESTE TEMA?

TRACEABILITY OF MEAT: WHAT IS THE VISION OF CONSUMERS FORWARD TO THIS THEME?

AÉRICA C. NAZARENO¹; IRAN J. O. SILVA¹; ARIANE C. CASTRO¹; GUSTAVO M. MOSTAÇO², CÉSAR A. PECORARO²

¹ NUPEA – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ/USP). E-mail: aeriacn@yahoo.com.br, iranoliveira@usp.br, velozodecastro@yahoo.com.br. Piracicaba, São Paulo.

² LEB – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ/USP). E-mail: gmostaco@agricola.eng.br, cesar.pecoraro@hotmail.com. Piracicaba, São Paulo.

INTRODUÇÃO

Atualmente o mundo vem sofrer grandes transformações nos hábitos de consumo, afetando sobremaneira o perfil do consumidor e suas relações com o mercado. Os consumidores de carnes também estão inseridos nesse processo de mudança de hábito alimentar. A rastreabilidade animal consiste no mecanismo que permite a identificação da origem do produto desde o campo até o consumidor, podendo este ter sido, ou não, transformado ou processado (OLIVEIRA, 2005; RESENDE FILHO, 2008; RODRIGUES & NANTES, 2010). Sendo assim, esta pesquisa pretende demonstrar o nível de conhecimento sobre rastreabilidade de carnes e seu grau de importância na ótica do consumidor final, para averiguar a relevância deste processo, principalmente no que diz respeito à influência, ou não, deste critério no momento da compra das carnes. Diante disso, o objetivo desta pesquisa consistiu em avaliar o nível de conhecimento e percepção dos consumidores sobre o tema rastreabilidade de carnes.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa de opinião pública foi conduzida por pesquisadores do Núcleo de Pesquisa em Ambiente (NUPEA) da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ/USP), com diferentes perfis de consumidores e estabelecimentos comerciais na cidade de Piracicaba no Estado de São Paulo. Os estabelecimentos escolhidos foram dois açougues e quatro supermercados, distribuídos em vários locais da cidade. O levantamento quanti-qualitativo foi elaborado na forma de questionários de respostas simples e objetivas, esses foram executados no período de 14 a 24 de janeiro de 2013 em intervalos de 3 horas por estabelecimento, o que gerou um total de 76 pessoas entrevistadas. Os questionários foram aplicados em diferentes dias, por quatro grupos de seis pesquisadores treinados previamente. Esses pesquisadores abordavam os entrevistados na parte externa do estabelecimento, os entrevistados foram selecionados aleatoriamente quando entravam e saíam do estabelecimento, conforme a metodologia sugerida pelos autores Franchi et al. (2012). Os resultados obtidos desse levantamento quanti-qualitativo foram analisados de forma descritiva, e apresentados em porcentagens para as possíveis discussões. A metodologia desenvolvida para o registro dos dados foi por meio de um questionário padrão, conforme o Quadro 1 abaixo:

Dados gerais do entrevistado	
Faixa etária: () entre 20 e 30 anos () entre 31 e 40 anos () entre 41 e 50 anos () entre 51 e 60 anos () acima de 60 anos	
Sexo: () F () M	
1. Você já ouviu falar na rastreabilidade de carnes?	() sim () não
2. Você sabe o que é rastreabilidade?	() sim () não
3. Na compra de carne, opta por produtos?	() supermercados () açougues () em bandejas () cortes () a vácuo
4. Caso a compra seja realizada em açougues, qual o motivo desta preferência?	() produtos mais frescos () melhores ofertas () maior segurança na carne adquirida () maior variedade de cortes



	() hábito
5. Você lê o rótulo da embalagem da carne comprada?	() sim () não () consome normalmente produtos sem rótulo
6. Se você lê o rótulo, o que considera mais importante? (apenas uma alternativa):	() validade () composição nutricional () local de abate () especificações do produto, como a raça e o sexo
7. Você já reparou em algum selo/rótulo diferente nas embalagens de carnes?	() sim, qual? _____ () não
8. Você se preocupa em saber onde e como os animais são criados?	() sim, por que? _____ () não
9. Qual das informações a seguir você gostaria de encontrar no rótulo da carne? (pode marcar mais de uma alternativa)	() tipo de alimentação do animal () tipo de medicação que o animal recebeu () tipo de criação (solto ou confinado) () maneira como foi realizado o abate () sexo, idade e raça do animal () nenhuma destas informações é importante

Quadro 1. Descrição do levantamento quanti-qualitativo aplicado aos consumidores

RESULTADOS

Por da análise descritiva do levantamento de quanti-qualitativo foi possível observar uma predominância do público feminino nos açougues e supermercados (57%) em relação ao público masculino (43%). Esses dados concordam com os autores Molento et al. (2006) e Franchim et al. (2012). A justificativa para esses resultados seria a atual conjuntura social e da situação do mercado consumidor brasileiro, conforme o Censo 2010 do IBGE existe aproximadamente 97 milhões de mulheres no Brasil, contra 93 milhões de homens. Com relação à faixa etária dos entrevistados verificou-se que as pessoas com idades acima 51 anos foram as que apresentaram a maior predominância nos estabelecimento comerciais (supermercados e açougues) em Piracicaba, com 28 e 29% respectivamente totalizando 57%. Esse dados de faixa etária predominante nesses estabelecimentos discordam com os encontrados por Molento et al. (2006) em que 34,5% dos entrevistados estavam na faixa entre 19 e 25 anos. Na Figura 1 verificou-se que 79% dos entrevistados nunca ouviram falar de rastreabilidade de carne. Também foi possível observar que 83% dos entrevistados não sabiam o que era rastreabilidade. Esta pesquisa demonstrou que o nível de desinformação da sociedade sobre a temática rastreabilidade de carne é evidente por diversas razões. Vale lembrar que a rastreabilidade existe para garantir ao consumidor um produto seguro, saudável e ambientalmente correto, através do controle de todas as fases de produção, industrialização, transporte, distribuição e comercialização, possibilitando uma perfeita correlação entre o produto final e a matéria-prima que lhe deu origem (OLIVEIRA, 2005).

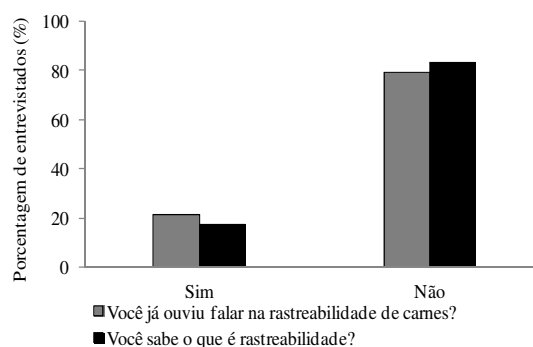


Figura 1. Porcentagem de pessoas entrevistadas que já ouviram falar e que sabem o que é rastreabilidade de carne

Em relação à compra da carne, a maioria dos consumidores opta por produtos de açougues e supermercados (51 e 49%). A maior parte desses consumidores preferem carnes vendidas em cortes e a vácuo (67 e 16%). Dos consumidores que compram carnes em açougues, observou-se que 45% dos entrevistados preferem esse tipo de estabelecimento, porque se tem a ideia de que os produtos (carnes) são mais frescos, 20% compram devido as melhores promoções e 16% preferem por conta da maior variedade de corte etc. Em relação à leitura do rótulo da embalagem da carne comprada,



58% dos entrevistados dizem sim (lê o rótulo), 29% dos entrevistados dizem não (não lê o rótulo) e 13% dos entrevistados consomem normalmente produtos sem rótulo (Figura 2A). O item que os entrevistados consideraram mais importante na leitura do rótulo da embalagem, foi à validade com 85% e os outros três itens (composição nutricional, local de abate, raça e sexo) apresentaram um grau de importância de apenas 5% para os entrevistados (Figura 2B).

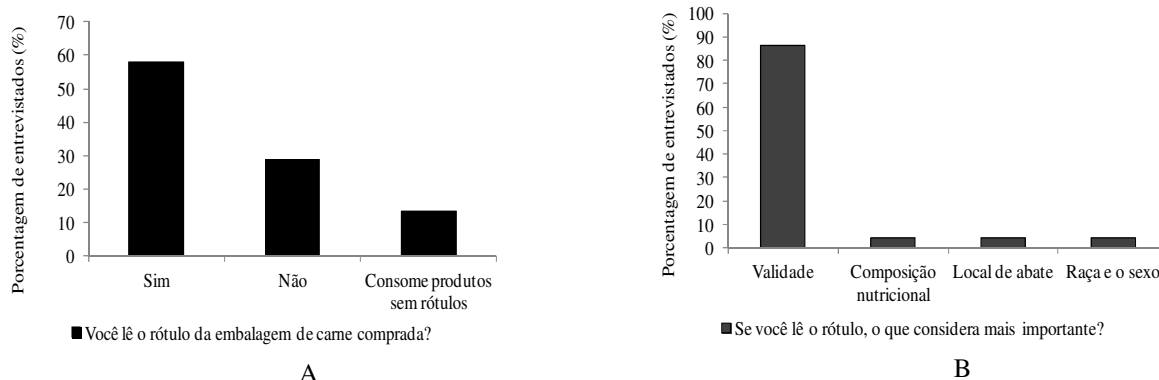


Figura 2. Porcentagem de pessoas entrevistadas que lê o rótulo da embalagem da carne e o que elas consideraram mais importante no rótulo.

Quando foi perguntado para os consumidores se esses já haviam observado os diferentes selo/rótulo nas embalagens, 63% das pessoas disseram que não verificavam o selo/rótulo nas embalagens. Ao perguntar aos entrevistados, se esses eram preocupados em saber de onde e como os animais são criados, 70% das pessoas falaram que não se atentam a esse tipo de questionamento, e apenas 30% dos entrevistados responderam que sim (são atentos em saber de onde e como os animais são criados). Dentro desses que se preocupam as maiores arguições estão relacionada com o tipo de alimentação desses animais. Com relação às informações que os consumidores gostariam de encontrar no rótulo da embalagem da carne, notou-se que 21% dos entrevistados disseram que gostaria de saber qual o tipo de medicação que o animal recebeu 18% das pessoas gostariam de saber o tipo de criação (solto ou confinado), 7% queriam saber o tipo de alimentação do animal e o sexo, idade e a raça do animal, etc. Por meio desses resultados, observou-se que os consumidores de carne desconhecem o que vem a ser a rastreabilidade de carne, e as suas implicações na cadeia produtiva, na busca de um produto de alta qualidade. Portanto, a estratégia fundamental para difundir a rastreabilidade de carne está vinculada no conhecimento, ou seja, conscientização do público consumidor, principalmente em relação aos sistemas de criação, os seus impactos na qualidade de vida dos animais de produção e no produto final que chega à mesa do consumidor.

CONCLUSÃO

Com esses resultados do levantamento quanti-qualitativo, pode-se concluir que a maioria dos entrevistados não sabe o que é a rastreabilidade de carne e os seus efeitos na qualidade do produto final. Esses também desconhecem os sistemas de criação para animais de produção, ou seja, são desinformados em relação às técnicas de produção e tipo de alimentação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FRANCHI, G. A.; NUNES, M. L. A.; GARCIA, P. R.; SILVA, I. J. O. Percepção do mercado consumidor de Piracicaba em relação ao bem estar dos animais de produção. **PUBVET**, v.6, n. 11, ed. 198, 15 p. 2012.
- MOLENTO, C.F.M. Bem-estar e produção animal: aspectos econômicos. **Archives of Veterinary Science**, v.10, n.1, p.1-11, 2005.



- OLIVEIRA, A. S. Estudo sobre a importância de alguns atributos da carne bovina para certos consumidores. **Revista do mestrado de Administração e Desenvolvimento Empresarial**, Rio de Janeiro, v.5, n.2, p.1-8, 2005.
- RESENDE FILHO, M. A. Potenciais benefícios do sistema de rastreabilidade animal dos EUA para o setor de carnes americano. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Piracicaba, v.46, n.4, p. 1129-1154, 2008.
- RODRIGUES, L. C.; NANTES, J. F. D. Rastreabilidade na cadeia produtiva da carne bovina: situação atual, dificuldades e perspectivas para o Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.40, n.6, p.31-41, 2010.