

## **IMPACTO DO AUMENTO DO PREÇO DA CARNE VERMELHA: COMPORTAMENTOS E PERCEPÇÕES DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

Gabriela D'almeida Preto - UAM - UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

Kauan Ferreira De Couto - UAM - UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

Julia Barbosa De Paulo - UAM - UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

Beatriz Oliveira Coscia - UAM - UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

Luis Felipe Lourenço Germano - UAM - UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

Pedro Henrique Mota Gimenez - UAM - UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

Liana Caron Nazareth Peçanha - UAM - UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

### **Resumo**

Esse trabalho relata o comportamento do consumo da carne vermelha das famílias brasileiras durante o período pandêmico. No atual cenário de pandemia da COVID-19, o preço das carnes acumulou alta de 38% em 12 meses, interferindo no bolso dos brasileiros. Foi adotado o modelo de pesquisa descritiva, transversal, com dados quantitativos, coletados por meio de questionário fechado, através do Google Forms com 16 questões fechadas abrangendo 70 indivíduos. Os resultados revelaram que 78,6% necessitou reduzir as idas ao açougue/mercado em decorrência do aumento dos preços e 65,7% precisou substituir a carne mais consumida por uma alternativa mais barata. Em relação às expectativas e perspectivas dos respondentes, mais da metade acredita que os preços não irão diminuir. A pesquisa indica que o consumo de carne vermelha durante a pandemia sofreu impacto devido a alta do preço, elevando os gastos em agosto e setembro com a compra de carne e havendo substituição por uma alternativa mais barata como a carne de ave. O trabalho tem a intenção de compartilhar as experiências para que possam ser úteis aos demais pesquisadores do tema, auxiliando na observação e antecipação de cenários que possam impactar a economia, organizações e a sociedade de forma geral.

**Palavras-chave:** carne vermelha, pandemia, consumo, preço

### **Abstract**

This paper reports the behavior of red meat consumption by Brazilian families during the pandemic period. In the current scenario of the COVID-19 pandemic, the price of meat has accumulated a 38% increase in 12 months, interfering with Brazilians' pockets. The descriptive, transversal research model was adopted, with quantitative data, collected through a closed questionnaire, through Google Forms with 16 questions covering 70 individuals. The results revealed that 78.6% needed to reduce visits to the butcher/market due to the increase in prices, 65.7% needed to replace the most consumed meat with a cheaper alternative. Regarding the respondents' expectations and perspectives, more than half believe that prices will not decrease. The research indicates that the consumption of red meat during the pandemic was impacted by the rise in price, increasing spending in August and September with the purchase of meat and replacing it with a cheaper alternative such as poultry. The paper is intended to share experiences so that they can be useful to other researchers on the subject, helping to observe and anticipate scenarios that may impact the economy, organizations and society in general.

**Keywords:** red meat, pandemic, consumption, price

## **IMPACTO DO AUMENTO DO PREÇO DA CARNE VERMELHA: COMPORTAMENTOS E PERCEPÇÕES DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

**Resumo:** Esse trabalho relata o comportamento do consumo da carne vermelha das famílias brasileiras durante o período pandêmico. No atual cenário de pandemia da COVID-19, o preço das carnes acumulou alta de 38% em 12 meses, interferindo no bolso dos brasileiros. Foi adotado o modelo de pesquisa descritiva, transversal, com dados quantitativos, coletados por meio de questionário fechado, através do *Google Forms* com 16 questões fechadas abrangendo 70 indivíduos. Os resultados revelaram que 78,6% necessitou reduzir as idas ao açougue/mercado em decorrência do aumento dos preços e 65,7% precisou substituir a carne mais consumida por uma alternativa mais barata. Em relação às expectativas e perspectivas dos respondentes, mais da metade acredita que os preços não irão diminuir. A pesquisa indica que o consumo de carne vermelha durante a pandemia sofreu impacto devido a alta do preço, elevando os gastos em agosto e setembro com a compra de carne e havendo substituição por uma alternativa mais barata como a carne de ave. O trabalho tem a intenção de compartilhar as experiências para que possam ser úteis aos demais pesquisadores do tema, auxiliando na observação e antecipação de cenários que possam impactar a economia, organizações e a sociedade de forma geral.

**Palavras-chave:** carne vermelha, pandemia, consumo, preço.

**Abstract:** This paper reports the behavior of red meat consumption by Brazilian families during the pandemic period. In the current scenario of the COVID-19 pandemic, the price of meat has accumulated a 38% increase in 12 months, interfering with Brazilians' pockets. The descriptive, transversal research model was adopted, with quantitative data, collected through a closed questionnaire, through Google Forms with 16 questions covering 70 individuals. The results revealed that 78.6% needed to reduce visits to the butcher/market due to the increase in prices, 65.7% needed to replace the most consumed meat with a cheaper alternative. Regarding the respondents' expectations and perspectives, more than half believe that prices will not decrease. The research indicates that the consumption of red meat during the pandemic was impacted by the rise in price, increasing spending in August and September with the purchase of meat and replacing it with a cheaper alternative such as poultry. The paper is intended to share experiences so that they can be useful to other researchers on the subject, helping to observe and anticipate scenarios that may impact the economy, organizations and society in general.

**Key-words:** red meat, pandemic, consumption, price.

### **1 INTRODUÇÃO**

No Brasil, a grande maioria dos lares realiza o consumo de algum tipo de proteína animal, isso pode ser favorecido pelas características encontradas no território, como a produção de grãos e pastagens que são favoráveis para a criação de gado. Assim, quando se fala em “carne” o país pode ser visto como uma das grandes potências acerca do conteúdo. Culturalmente falando, a proteína animal ou “mistura”, nome muito utilizado pelos brasileiros, é um dos itens considerados fundamentais nas refeições do dia a dia. Pensando em porcentagens, uma pesquisa exercida por essa associação demonstrou que ovos estão presentes em 96% dos lares, carne de frango em 94%, carne suína em 80%, carne bovina em 79% e peixe em 65% (ABPA, 2021).

Desde o início da pandemia da COVID-19, foi perceptível que alterações no dia a dia dos indivíduos foram acarretadas, particularmente nas dietas realizadas, devido a modificações nos abastecimentos dos alimentos, interrupções na cadeia além de fatores relacionados a segurança alimentar, como o fechamento de restaurantes (ATTWOOD; HAJAT, 2020).

Diante disso, no atual cenário pandêmico vivenciado, dados relataram que o preço das carnes acumulou uma alta de 38% em 12 meses, interferindo significativamente no bolso dos brasileiros. E esse aumento gradativo concomitantemente com a diminuição de renda culminou em uma menor redução do consumo da carne em 25 anos.

De acordo com a pesquisa do Datafolha realizada em 20 de setembro de 2021 (apud INFOMONEY, 2021), o consumo de carne diminuiu em 67% no país durante o período pandêmico. Isso pode se justificar pela alteração constante no preço dessa mercadoria, havendo diversos aumentos e a população mais vulnerável teve que flexibilizar as compras e procurar alternativas proteicas para substituir a carne. E assim, o ovo resultou em uma opção viável, se tornando mais comum na mesa dos brasileiros.

O país vive em um contexto de tensão desde 2014, porém, com a atual crise, a tendência é continuar com o decréscimo comparando com os últimos anos. Um dos pontos que ocasionou o encarecimento desse setor é o aumento da produção voltada às exportações, que acabou inflacionando o mercado interno (ESTADÃO, apud EXAME, 2021a).

Juntamente com alterações no consumo dos indivíduos, os açougues, principalmente os micro e pequenos negócios, tiveram seu faturamento modificado, necessitando buscar estratégias e alternativas para compensar essas intercorrências da crise vivenciada. De acordo com o Sindicato de Comércio Varejista de Carnes Frescas do Estado de São Paulo, existiam em torno de 17 mil açougues até o ano de 2013, com dados revelando que 80% faturavam até R\$ 240 mil e apenas 2% ultrapassavam os R\$ 2 milhões. É perceptível que isso se alterou, diminuindo as receitas e dificultando o crescimento e sobrevivência em vista da crise e aumento do preço da carne vermelha (BEEFPOINT, 2013).

Assim, é importante compreender melhor sobre o comportamento do consumo de carne das famílias brasileiras interferido pela alta dos preços durante a pandemia, identificando se realmente houve impacto ou não. E através dessa pesquisa de mercado será analisado esse comportamento dos consumidores em relação ao enfrentamento do alto custo da carne, uma vez que é um grande símbolo na alimentação cotidiana do país e segundo Coleman e Zylbersztajn (2012), a carne bovina é fonte de proteína utilizada na dieta alimentar e agrega representatividade em relação a geração de renda e empregos na extensão do território nacional.

## **1.1 Situação – Problema**

Para observar melhor e tentar compreender as informações acerca desse fato o atual trabalho tem como problema de pesquisa: “O aumento do preço da carne vermelha durante a pandemia impactou o consumo das famílias brasileiras?”. O objetivo geral é verificar o comportamento no consumo da carne vermelha das famílias brasileiras durante a pandemia e os objetivos específicos são identificar o comprometimento na renda familiar sob o aumento de preço e detectar se houve e qual foi a principal substituição da carne para contornar essa situação na rotina, como também alertar proprietários de micro e pequenos açougues sobre a necessidade de substituição de parte de seus produtos.

A escolha do tema foi devido ao fato das repercussões observadas na mídia e outras fontes de pesquisa acerca do assunto, além de continuar existindo incertezas sobre o real motivo para esse aumento dos preços da carne. O Brasil é considerado um dos mais relevantes

produtores de carne bovina mundialmente, com interferências nas exportações, PIB, faturamentos, dentre outros.

Ademais, há um valor histórico na presença da carne na alimentação brasileira, pois é um fator presente antes da colonização do país enraizado pelos índios sul-americanos que viviam da caça. Com isso, a prática alimentar da carne é um fenômeno cultural que foi se aprimorando com o país e seus registros. O controle de gado foi uma prática europeia que é utilizada até hoje em nossa produção, porém, seu custo e manuseio andam encarecendo os preços do cardápio brasileiro. É de suma importância a análise do alimento e buscas de mercado, uma vez que há fatores socioculturais envolvidos no tema e uma nação demanda desse consumo em seu prato (RIBEIRO; CORÇÃO, 2013).

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Há muitos anos, os ancestrais humanos realizam o consumo de grandes quantidades de carne, sendo considerada na pré-agricultura a maior fonte de energia, passando por diferentes percursos ao longo das evoluções históricas e descobrimentos em relação ao cultivo e ingestão dessa proteína. De acordo com Fernandes et al. (2017), as possíveis classificações encontradas são: carne bovina que é extraída dos bovinos, mais especificamente do gado doméstico, carne de frango, extraída de aves, principalmente frango de granja, carne suína, obtida dos suínos de granja, carne ovina que é extraída do cordeiro (filhote) e da ovelha e do carneiro (adultos) e carne de pescado, com uma variedade de cultivos desses organismos aquáticos.

Considerando os diversos fatores que possuem interferências na demanda da carne bovina, pode-se destacar a renda da população, o preço da carne e também o preço das proteínas que são vistas como concorrentes. Pensando-se atualmente, há um número considerável de desempregados e diminuição na renda dos trabalhadores. Concomitante a esses acontecimentos atrelados à pandemia da COVID-19, era esperado que houvesse uma diminuição em relação ao consumo interno da carne bovina, visto que, ela é elástica à renda, justificando a substituição desse tipo de proteína por algumas com valores menores, como o ovo ou carne de frango (MALAFAIA; BISCOLA; DIAS, 2020).

Com esse presente cenário pandêmico, muitas alterações afetaram a sociedade de forma geral, repercutindo em mudanças nos hábitos e consumos dos brasileiros e a proteína animal, presente no cotidiano de muitas famílias brasileiras, mostrou-se impactada devido a essas repercussões. Com a elevação dos preços da carne bovina, suína, frango, ovo e outras, o brasileiro teve a capacidade limitada de continuar com a carne no seu dia a dia. Segundo o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), o aumento acumulado no preço de carnes atingiu em torno de 69,9% entre os meses de janeiro de 2019 e agosto de 2021, demonstrando uma reverberação generalizada em todas as classes de renda, mesmo impactando intensamente as famílias mais pobres. O que é discutido é que mesmo com cogitações da desaceleração da inflação, não será suficiente para aliviar o bolso do consumidor (ABRAFRIGO, 2021).

Os valores da carne foram aumentando no decorrer da pandemia, e informações disponibilizadas recentemente na mídia, mais precisamente nos meses de agosto e setembro de 2021, ainda confirmam essa elevação nos preços. Desde o início da história da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), o consumo de carne vermelha atingiu o menor nível já registrado, desde 1996, onde uma pesquisa exercida pelo Datafolha revelou que dos 85% dos brasileiros que necessitaram reduzir o consumo de algum alimento, uma porcentagem de 67% dos casos foi referente a carne de boi.

Atrelado a essas informações e extensão da crise econômica que vem repercutindo sobre o país, o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) divulgou em outubro de 2021 que o custo da cesta básica teve um aumento em setembro, onde

a capital paulista tem a cesta básica mais cara do País, atingindo cerca de R\$ 673,45 reais. Em vista a esses fatores e influências fundamentais na população brasileira, pesquisar sobre o tema e compreender melhor sobre as repercussões se faz necessário e os resultados encontrados servem de contribuições para o ambiente acadêmico e também para corporações e sociedade de forma geral que tenham interesse sobre o assunto principalmente proprietários de micro que pequenos negócios que comercializam carnes.

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 Modelo de pesquisa**

Conforme Malhotra (2011), há dois tipos amplos de modelos de pesquisa adotados: exploratórios e conclusivos. O modelo conclusivo pode ser classificado em descritivo ou causal e os modelos descritivos podem ainda ser divididos em longitudinais e transversais.

Para a realização do trabalho foi selecionado o modelo de pesquisa descritiva, que é um método de análise que contém como objetivo principal descrever algo, como características de um mercado, fenômeno, população, contexto, amostra ou experiência. Tem viés de trabalhar diretamente com interpretação de dados. Essa maneira pode ser executada de diversas formas, como por exemplo: pesquisa de opinião, mercado, pesquisas quantitativas, entre outros. E transversal, considerando um determinado momento do mercado.

No estudo, buscando trazer uma visão da sociedade relacionada ao consumo de carne durante a pandemia, optou-se por esse modelo, que leva em consideração a presença de informações prévias sobre o assunto, como dados retirados de fontes secundárias e pelo fato desses estudos descritivos serem levados em consideração quando pretende - se apontar as variáveis de um mercado. Dessa forma, o manejo de informações seria mais específico, considerando que a intenção da pesquisa é trazer uma visão diretamente dos consumidores através de um formulário com questões direcionadas.

Como dito anteriormente, escolheu-se pesquisa descritiva, com a elaboração de um questionário com perguntas fechadas e três questões com a opção “outros”, sendo aberta para demais possíveis respostas, podendo ser considerado como um pré-teste, cujas questões foram avaliadas e validadas.

#### **3.2. Amostra**

A amostra é vista como um subconjunto finito de uma população, ou seja, é uma parte da população que será designada pra ser envolvida na pesquisa. A abordagem dessa amostra foi por conveniência ou facilidade de acesso através da divulgação do questionário por um link disponibilizado pelo *Google Forms*, que foi divulgado para familiares e pessoas do círculo de amigos dos autores, contendo 16 perguntas fechadas. Assim, fica longe de critério estatístico e pode ter viés, havendo um cuidado já que não pode estimar aquele resultado para a população.

O tema pode ser visto como amplo, a abrangência de pessoas foi facilitada e sem muitos impeditivos e dificuldades de agregar um número considerável para o trabalho já que por informações coletadas da bibliografia, 98,5% dos lares realizam o consumo de algum tipo de proteína animal. O formulário ficou aberto no período de 22 de setembro de 2021 a 25 de setembro de 2021, dispo de uma aderência de 100% de entendimento e compreensão dos 70 indivíduos envolvidos na amostragem.

### **3.3. Ferramenta *Google Forms***

A escolha pela utilização da ferramenta *Google Forms* foi devido a sua facilidade no manuseio, além de ser amplamente abordada no meio acadêmico, visto que, conforme há mudanças devido a inovações e desenvolvimento tecnológico no mundo, as pesquisas e ambiente acadêmico devem acompanhar e adequar modificações em seus meios de coletas de dados, por adequar modificações em seus meios para facilitar a coletas de dados.

O *Google Forms* pode ser visto como um aplicativo gratuito integrado ao *Google Drive*, permitindo que sejam criados formulários com perguntas elaboradas pelos próprios usuários ou até mesmo formulários já existentes, que ficam armazenados no servidor do Google, sem ocupar espaço no computador e podendo ser acessado de qualquer lugar, por uma ou mais pessoas colaborativamente, pelo compartilhamento de um link para edição.

Dentre as vantagens dessa ferramenta podem ser relatadas a facilidade e agilidade na coleta de dados e análise dos resultados encontrados, possibilidade de acessar em qualquer horário e lugar, facilidade no uso e a disponibilidade de gráficos automáticos à medida que os respondentes preenchem as perguntas do formulário (MOTA, 2019).

### **3.4. Dados quantitativos**

De acordo com a diferenciação entre dados quantitativos e qualitativos, pode-se perceber que uma pesquisa qualitativa está sempre baseada em analisar dados verbais, visuais, escritos e linguagem para permitir entender algum assunto em profundidade, sendo utilizado quando não se conhece muito bem do assunto e não é possível elaborar o questionário profundamente. Assim, é realizada uma pesquisa procurando fazer entrevistas, um grupo de foco, onde por meio de expressões verbais das pessoas, ou imagens, textos publicados na internet, revisão bibliográfica consegue compreender mais a fundo o tema. Este tipo não permite que se realize um questionário estruturado, é mais flexível e adaptável.

Já a pesquisa utilizando dados quantitativos, sempre vai permitir que se consiga elaborar e interpretar estatisticamente as características daquilo que está estudando, possuindo uma medição numérica e aquela hipótese que testou vai confirmar ou não. O questionário é objetivo, possuindo uma interpretação uniforme das pessoas que estão respondendo.

A pesquisa foi feita através de dados quantitativos tal qual adota a característica de permitir uma abordagem focalizada, pontual e estruturada, como os dados são coletados, analisados e apresentados em números, os resultados obtidos serão confiáveis e precisos. Ao citar a pesquisa quantitativa, entende-se que ela tem a vantagem de fornecer um amplo propósito em termos de coleta de dados, esse método de pesquisa não oferece nenhuma margem para desvio de resultados. O uso desse método é preferível para se ter números exatos, pois é feito com base em percentuais fazendo com que os resultados obtidos possam ser avaliados por meio de contagens, proporções evitando percepções pessoais.

Portanto, o uso de dados quantitativos no questionário aplicado foi preferível para que fosse possível obter um maior conhecimento e compreensão do mundo social em função da pandemia e sua relevância sobre o consumo de carne dentro de casa dos brasileiros através de um resultado preciso e assim verificar estatisticamente uma hipótese a partir da coleta de dados concretos, quantificáveis e justificáveis (MALHOTRA, 2011).

As perguntas desenvolvidas foram inicialmente menos específicas sobre o assunto, abordando a idade, a localidade que reside e a zona dos respondentes da cidade de São Paulo. Assim, foi possível entender o perfil dos participantes da pesquisa. Posteriormente, abordou-se questões sobre o consumo da carne, verificando quem é o principal responsável pela compra da carne na casa, percebendo alguma representatividade e responsabilidade nos lares.

Verificou-se sobre o auxílio emergencial durante a pandemia, percebendo que alguma ajuda financeira poderia talvez, fazer com que o consumo não se reduzisse ou não se alterasse.

Foi feita uma pergunta sobre a diminuição da frequência de idas ao açougue/mercado em decorrência do aumento de preços, para verificar o impacto do assunto. Abordou-se qual a renda familiar per capita, qual a frequência no consumo de carne, qual tipo de carne mais consumia ou mais consome, se precisou substituir a carne mais consumida por uma alternativa mais barata, a carne mais consumida foi substituída por qual outro tipo de carne, se há falta da carne principal. Assim, seria possível perceber um breve panorama do comportamento e impacto do consumo de carne durante a pandemia.

Foram abordadas perguntas sobre qual era a média mensal de gasto com carne/mistura no começo do ano, considerando janeiro de 2021, e agora, qual a média de gasto com carne/mistura, considerando o mês de agosto ou setembro de 2021, período que percebemos uma abrangência de repercussões de notícias acerca do tema nas mídias. E, para tentar perceber as expectativas, foram realizadas questões para entender se os participantes da pesquisa acreditam que os preços irão diminuir e se acreditam que o brasileiro está se alimentando bem mesmo com a alta dos preços.

#### 4 RESULTADOS OBTIDOS E DISCUSSÃO

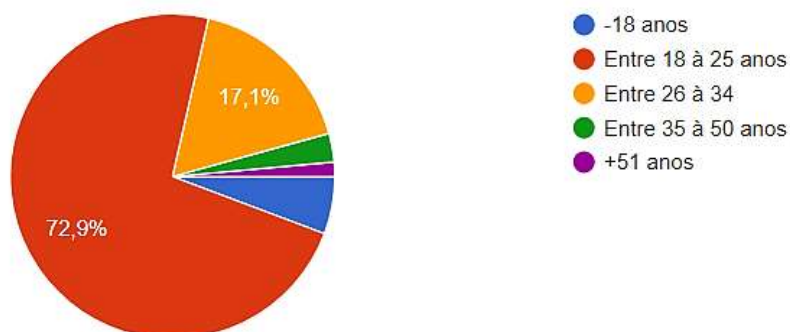
Após aplicar o questionário pelo *Google Forms* foram coletados os seguintes dados e interpretações.

Em relação ao perfil dos respondentes, foi possível identificar que a maioria possui a faixa etária entre 18 a 25 anos, compondo 72,9% da amostra. Isso pode ser devido a divulgação, envolvendo indivíduos com características semelhantes aos autores da pesquisa, como demonstra a **Figura 1**.

**Figura 1 – Idade da amostra**

Antes de mais nada, qual sua idade?

70 respostas



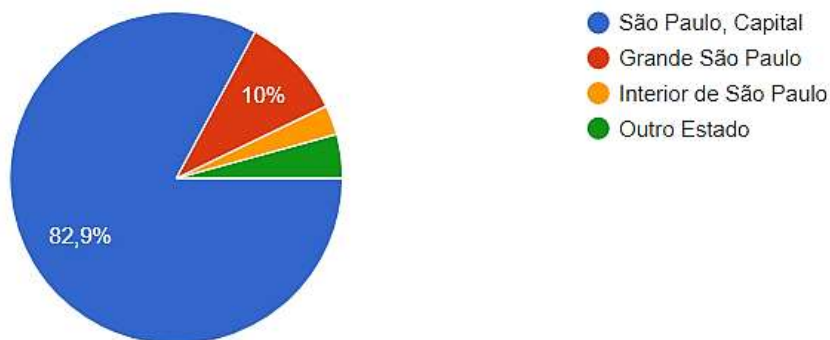
Fonte: dados da pesquisa.

Analisando a localidade, foi possível encontrar que 82,9% reside na capital de São Paulo, 10% na grande São Paulo, 4,3% em outro Estado e apenas 2,9% no interior de São Paulo, como visto na **Figura 2**.

**Figura 2 – Localidade da amostra**

Onde você reside?

70 respostas



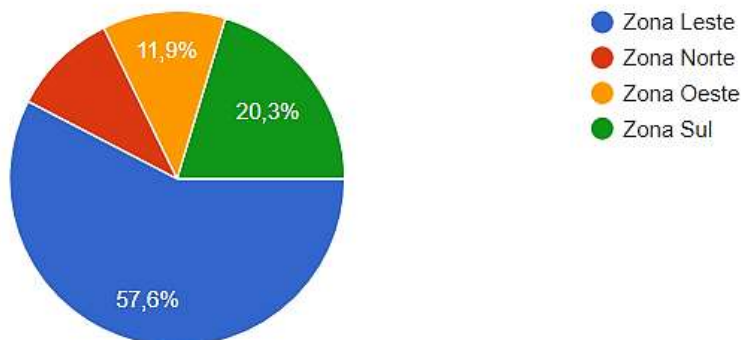
Fonte: dados da pesquisa.

Dos 70 participantes, 59 residem na capital de São Paulo onde mais da metade (57,6%) habita na zona leste, 20,3% na Zona Sul, 11,9% na Zona Oeste e 10,2% na Zona Norte, abordado na **Figura 3**.

**Figura 3 – Localidade dos residentes de São Paulo (capital)**

Apenas para residentes de São Paulo (CAPITAL), qual zona você reside?

59 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

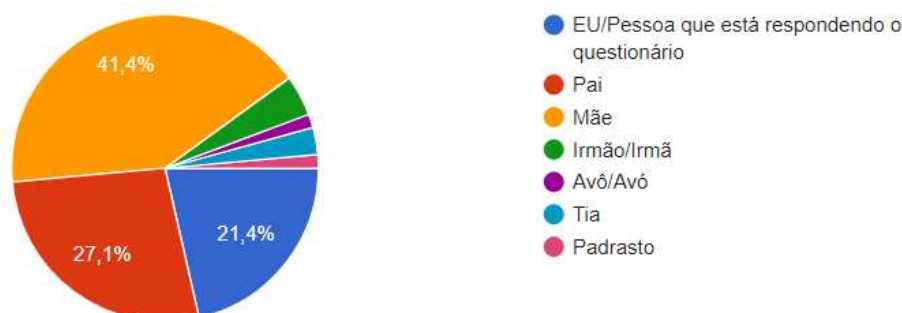
De acordo com as respostas sobre o responsável pela compra da carne em casa, 41,4% da amostra, ou seja, a maior parte, respondeu que a mãe é quem compra, conforme demonstra a **Figura 4**. Esse resultado entra de acordo com informações disponibilizadas pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), onde foi possível verificar que o percentual de domicílios brasileiros comandados por mulheres passou de 25% em 1995 para 45% em 2018, principalmente por causa da participação feminina cada vez maior no mercado de trabalho. Porém, é necessário um cuidado para afirmar as suposições, visto que, alguns lares podem ter como responsável pela compra a mãe, mas o dinheiro fornecido pelo pai ou outra pessoa, por exemplo (ESTADO DE MINAS, 2020).



**Figura 4 – Principal responsável pela compra da carne em casa**

Quem é o principal responsável pela compra da carne na sua casa?

70 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

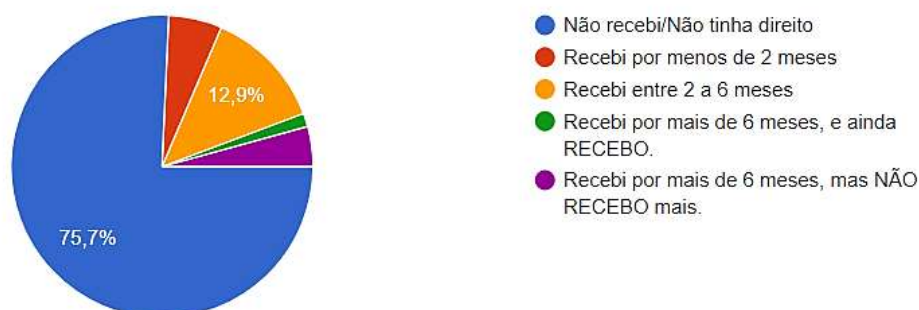
O auxílio emergencial é uma ajuda de R\$ 600,00 que é repassado durante o período de 3 meses, que pode ser prorrogado, à pessoas de baixa renda durante a pandemia ocasionada pela COVID-19. Assim, sobre o auxílio emergencial durante a pandemia, 75,7% dos respondentes não receberam ou não tinham direito, 12,9% receberam entre 2 a 6 meses, 5,7% recebeu por menos de 2 meses, 4,3% recebeu por mais de 6 meses, mas não recebem mais e 1,4% recebeu por mais de 6 meses e ainda recebe, evidenciado na **Figura 5**.

Nesse caso, podemos deduzir que o fato da maioria da amostra não ter recebido ou então, não ter o direito do auxílio pode interferir no consumo, fazendo com que haja maior dificuldade pela alta dos preços concomitantemente com a falta de uma ajuda. E isso é concretizado ao relacionarmos o fato do auxílio ter se tornado essencial no combate a fome e adicionalmente servindo como complemento ao consumo segundo governadores em apontamento ao Congresso Nacional (REDE BRASIL ATUAL, 2021).

**Figura 5 – Auxílio emergencial na pandemia**

Sobre o Auxilio Emergencial durante a pandemia:

70 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

Foi verificado que 78,6% dos respondentes necessitou reduzir as idas ao açougue ou ao mercado em decorrência do aumento dos preços, indicando mudanças de comportamentos no consumo, como visto na **Figura 6**.

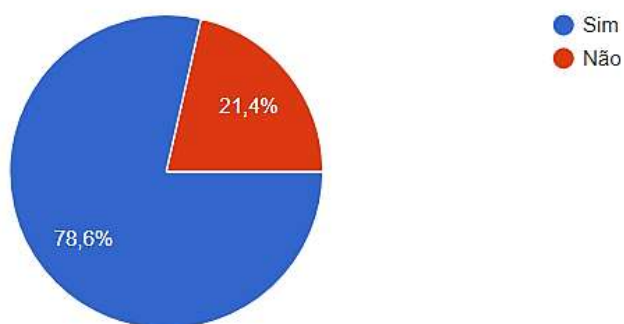
Em complemento, a Associação Catarinense de Supermercados (ACATS) junto das redes paulistanas de supermercado, constataram uma queda média de 10% na venda de frigoríficos, isso evidencia nossa fala sobre a redução na frequência de idas aos açougues/mercados em decorrência da desenfreada altura dos preços (NSC TOTAL, 2021).

Ademais, Tiago Américo (2021) em uma notícia para a CNN Brasil, informou que em uma entrevista realizada, uma empresária relatou que em seu estabelecimento as vendas reduziram em torno de 20% e que nunca tinha presenciado uma crise afetar dessa forma o preço da carne vermelha como a atual, desde a década de 90.

**Figura 6 – Frequência de idas ao açougue/mercado devido aumento de preços**

Você precisou diminuir a frequência de idas ao açougue/mercado em decorrência do aumento de preços?

70 respostas



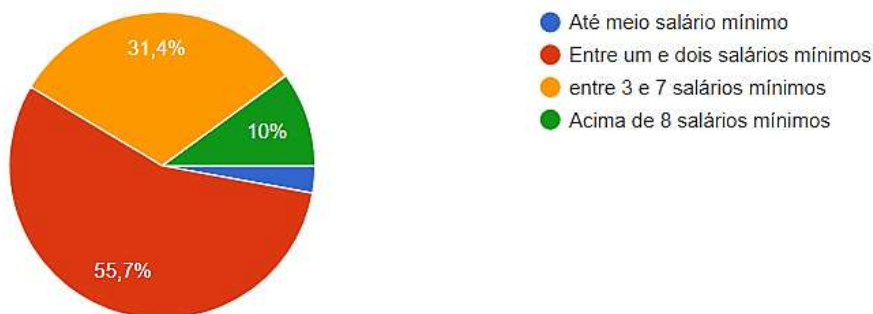
Fonte: dados da pesquisa.

Em relação a renda familiar per capita, ou seja, toda a renda familiar dividida pelo número de moradores, mais da metade (55,7%) possui renda por pessoa entre um e dois salários mínimos, 31,4% entre 3 e 7 salários mínimos, 10% acima de 8 salários mínimos e 2,9% até meio salário mínimo, abordado na **Figura 7**.

**Figura 7 – Renda familiar per capita**

Qual sua renda familiar per capita (Por pessoa)?

70 respostas



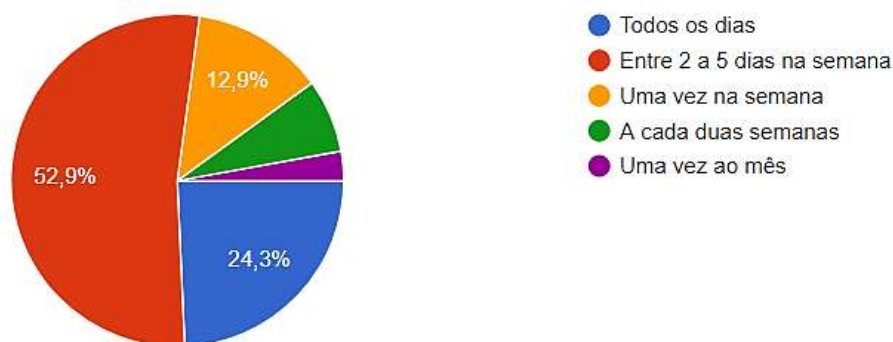
Fonte: dados da pesquisa.

No quesito frequência no consumo da carne, 52,9% consomem entre 2 a 5 dias na semana, 24,3% todos os dias, 12,9% uma vez na semana, 7,1% a cada duas semanas e 2,9% uma vez ao mês. Esses resultados entram de acordo com o que foi mencionado anteriormente, onde a proteína animal é considerada fundamental nas refeições cotidianas. A **Figura 8** mostra esses resultados.

**Figura 8 – Frequência no consumo de carne**

Qual sua frequência no consumo de carne?

70 respostas



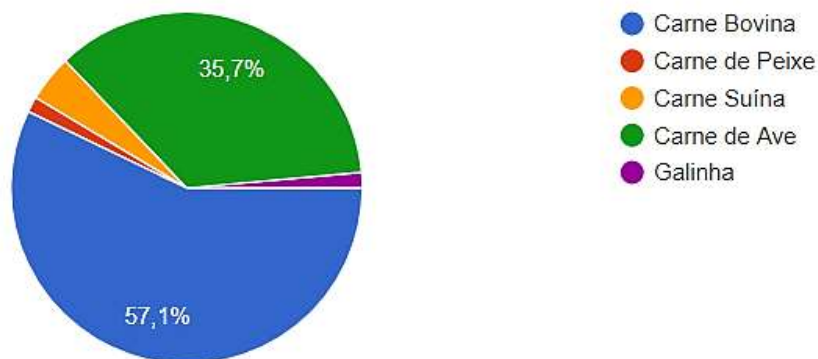
Fonte: dados da pesquisa.

É perceptível que a maior parte (57,1%) da amostra consumia ou consome mais a carne bovina, 35,7% a carne de ave, 4,3% a carne bovina, 1,4% a carne de peixe, e 1,4% escreveu na opção “outros” a galinha como o tipo de carne, como visto na **Figura 9**.

**Figura 9 – Tipo de carne que mais consumia ou consome**

Qual tipo de carne você mais consumia ou mais consome?

70 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

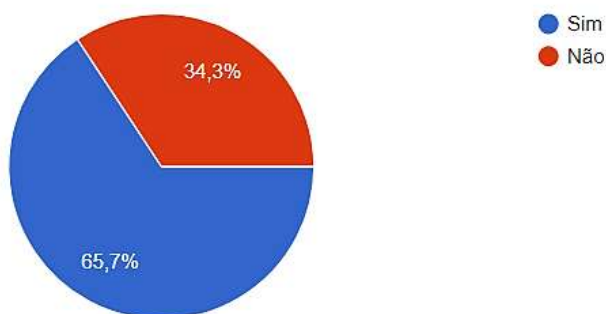
A **Figura 10** indica que Os resultados revelaram que 65,7% precisou substituir a carne mais consumida por uma alternativa mais barata.

### Figura 10 – Necessidade de substituição da carne mais consumida

Você precisou substituir sua carne mais consumida por uma alternativa mais barata? Ex.

Carne para o Ovo

70 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

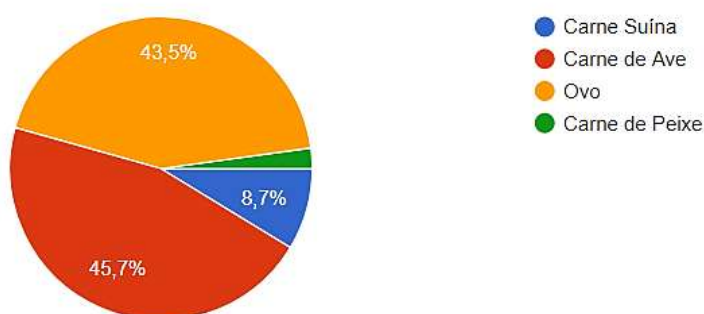
E de acordo com o resultado anterior, ou seja, dos 46 indivíduos que precisaram substituir a carne mais consumida por uma alternativa mais barata, 45,7% substituiu pela carne de ave, 43,5% pelo ovo, 8,7% pela carne suína e apenas 2,2% pela carne de peixe, evidenciado na **Figura 11**.

Isso foi visto em notícias disponibilizadas na mídia onde, o frango foi optado como substituição da carne bovina e inclusive cortes que antes eram rejeitados passaram a ser os mais procurados, como por exemplo, o pé de frango e a moela (ESTADÃO, apud EXAME, 2021b).

### Figura 11 – Substituição da carne mais consumida

Com base na sua resposta afirmativa, sua carne mais consumida foi substituída por qual outro tipo de carne?

46 respostas



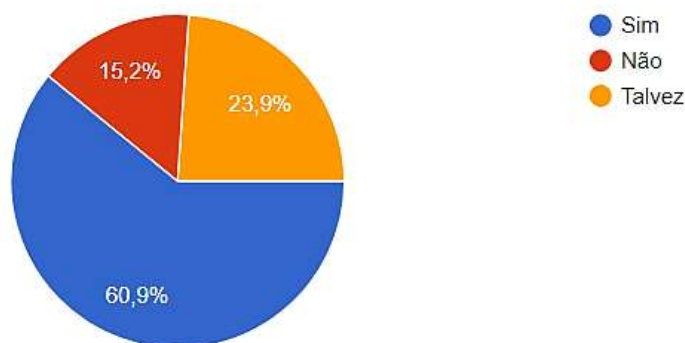
Fonte: dados da pesquisa.

A **Figura 12** mostra que em relação a falta da carne principal, 60,9% responderam que sentem falta, 23,9% responderam que talvez sentem falta e 15,2% responderam não sentir falta.

**Figura 12 – Falta da carne principal**

Você sente falta da sua carne principal? Ou seja, a carne que você precisou substituir

46 respostas



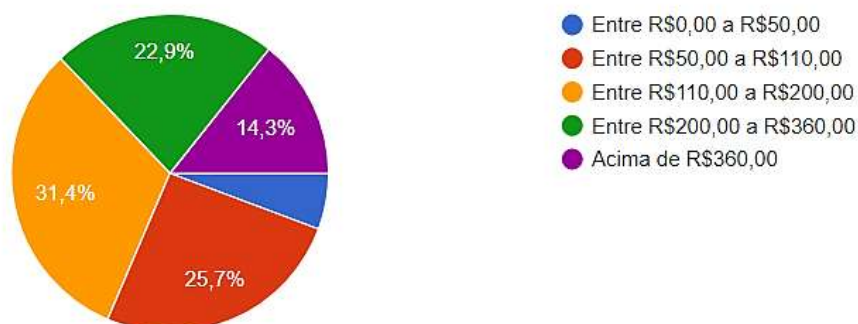
Fonte: dados da pesquisa.

Sobre a média mensal de gasto com carne no começo do ano, considerando o mês de janeiro de 2021, foi possível observar que 31,4% gastava entre R\$ 110,00 a R\$ 220,00. Um percentual de 25,7% dispndia entre R\$ 50,00 a R\$ 110,00. 22,9% gastava entre R\$ 200,00 a R\$ 360,00, 14,3% acima de R\$ 360,00 e 5,7% até R\$ 50,00, como visto na **Figura 13**.

**Figura 13 – Média mensal de gasto com carne no começo do ano**

Qual era a média MENSAL de gasto com carne/mistura no começo do ano? Considere Janeiro de 2021

70 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

Compreendendo agora o gasto mensal com carne, utilizando o mês de agosto ou setembro, identificamos que 31,4% gasta entre R\$ 200,00 a R\$ 360,00. Um percentual de 25,7% gasta entre R\$ 110,00 a R\$ 200,00, 21,4% gasta acima de R\$ 360,00, 17,1% gasta entre R\$ 50,00 a R\$ 110,00 e 5,7% até R\$ 50,00, evidenciado na **Figura 14**.

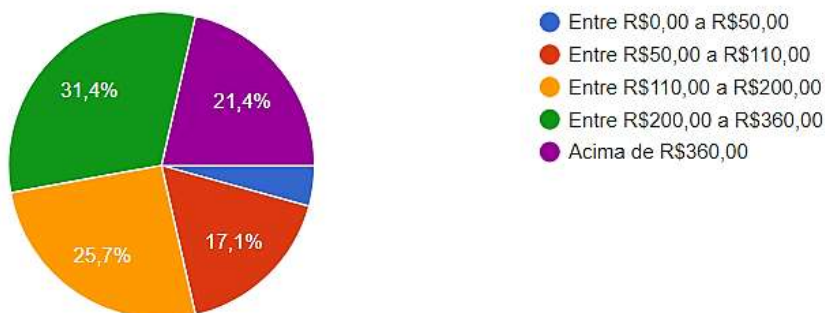
Assim, fazendo uma relação com os dados obtidos da pergunta anterior, é perceptível que os indivíduos da amostra aumentaram os gastos com a carne, provavelmente devido ao aumento dos preços. Isso é evidenciado em apontamento, divulgado pela BBC News e realizado por Thais Carrança (2021a) com base em dados da Associação Paulista de

Supermercados (APAS), onde até mesmo as aves e seus cortes, vistos como um escape mais barato, passaram a ter seus aumentos nos preços acelerados.

### Figura 14 – Média mensal de gasto com carne considerando agosto ou setembro

E agora, qual sua média MENSAL de gasto com carne/mistura? Considere o mês de agosto ou setembro de 2021

70 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

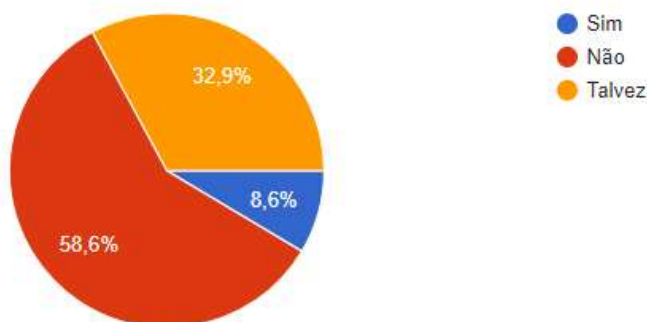
Em relação às expectativas e perspectivas dos respondentes, mais da metade (58,6%) acredita que os preços não irão diminuir, 32,9% responderam que talvez diminua e um percentual de 8,6% acredita que os preços irão diminuir, como visto na **Figura 15**.

Esses resultados podem ser vistos em outra notícia de Thais Carrança (2021b) e também disponibilizada pela BCC News, que aponta algumas avaliações feitas por especialistas do assunto afirmando que o preço das carnes deve permanecer pressionado até por volta da metade de 2022, isso em decorrência do ciclo pecuário, já que uma das razões apontadas, que é a baixa oferta do boi gordo, não é visto como algo que possa resolver com imediatismo. Ademais, mesmo com cogitações em relação a desaceleração da inflação, será insuficiente para que haja um alívio no bolso do consumidor.

### Figura 15 – Percepção sobre diminuição dos preços

Você acredita que os preços irão diminuir?

70 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

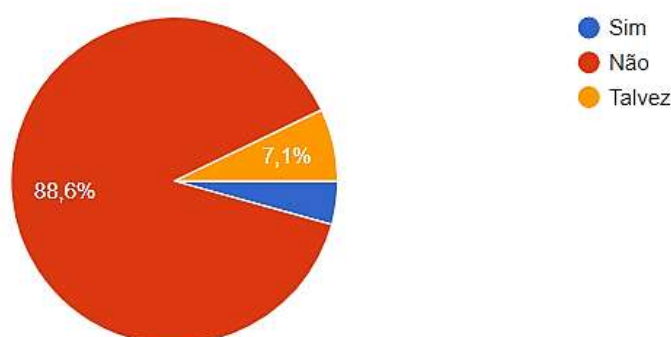
Sobre a percepção dos brasileiros estarem se alimentando bem mesmo com a alta dos preços um percentual considerável de 88,6% acredita que isso não é verdade, 7,1% respondeu talvez e 4,3% acredita que sim, abordado na **Figura 16**.

Em complemento a maioria dos respondentes, podemos corroborar ao trazer como base o "Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19" onde é demonstrado em dados, a triplicação da extrema pobreza sobre toda a população brasileira (REDE PENSSAN, 2021).

**Figura 16 – Percepções sobre alimentação com a alta dos preços**

Você acredita que o brasileiro está se alimentando bem mesmo com a alta dos preços?

70 respostas



Fonte: dados da pesquisa.

## 5 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho mostra que o consumo de carne vermelha durante a pandemia sofreu impacto devido a alta do preço reduzindo a frequência de idas ao açougue e ou mercado em decorrência do aumento de preços, havendo substituição da carne mais consumida por uma alternativa mais barata como a carne de ave. Ainda que haja essa alternativa mais acessível, é perceptível a partir dos dados obtidos na pesquisa, que os gastos realizados nos meses de agosto e setembro de 2021 demonstram um aumento mas, não necessariamente estão ligados ao aditamento de consumo.

Os limites da pesquisa foram a amostra feita por facilidade de acesso e a abrangência de um número baixo de participantes, considerada um viés, não podendo estimar o resultado para a população.

Assim, a partir dos resultados encontrados, o próximo passo que pode ser efetuado é englobar uma amostra maior com um período de tempo amplificado, estratificada por zonas da cidade de São Paulo para que se possa apurar esse impacto do consumo da carne de acordo com regiões da cidade e também por estratos de renda, permitindo averiguar com mais profundidade o alcance das repercussões dessa alta dos preços da carne.

Outro ponto importante a ser pautado é que os açougues, sobretudo os micros e pequenos negócios que são os mais afetados pela pandemia, podem e devem lançar mão de estratégias para a sobrevivência no mercado, procurando formas diferenciadas de carne como substituição e até mesmo outros cortes mais baratos, buscando se antecipar diante de cenários como este, e se precaver ao ter opções, visto que, o consumidor leva em consideração ter o produto no momento da compra.

Dessa forma, o repertório aqui descrito contribui positivamente, já que realizar análises do mercado de atuação é uma forma primordial para empreendedores buscarem e investirem em opções que realmente façam sentido e acarretem diferenças fundamentais em seu negócio. Para isso, se faz necessário avaliar e observar cautelosamente as características e comportamentos do segmento analisado tanto em relação ao mercado interno como o mercado externo. No atual tema investigado, empresários do setor de açougues podem aproveitar as oportunidades existentes bem como, desenvolver estratégias e saídas para possíveis intercorrências e desafios.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABPA - Associação Brasileira de Proteína Animal. **Pesquisa da ABPA aponta consumo de proteína animal em 98,5% dos lares.** ABPA-BR.ORG, 23 jun. 2021. Disponível em:< <https://abpa-br.org/pesquisa-da-abpa-aponta-consumo-de-proteina-animal-em-985-dos-lares/>>. Acesso em 10 de set. de 2021.

ABRAFRIGO - Associação Brasileira de Frigoríficos. **Mesmo com forte aumento, preço de carnes continuará subindo.** ABRAFRIGO, 04 de out. de 2021. Disponível em: <https://www.abrafrigo.com.br/index.php/2021/10/04/mesmo-com-forte-aumento-preco-de-carnes-continuara-subindo/>>. Acesso em 09 de out. de 2021.

AMÉRICO, T. Consumo de carne vermelha no Brasil é o menor em 26 anos. **CNN Brasil**, 08 de out. de 2021. Disponível em:< <https://www.cnnbrasil.com.br/business/consumo-de-carne-vermelha-no-brasil-e-o-menor-em-26-anos/>>. Acesso em 10 de out. de 2021.

ATTWOOD, S.; HAJAT, C., 2020. How will the COVID-19 pandemic shape the future of meat consumption? **Public Health Nutrition**: 23(17), 3116–3120.

BARBOSA, M. Quase metade dos lares brasileiros são sustentados por mulheres. **Estado de Minas**, 02 de fev. de 2020. Disponível em:<[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/02/16/internas\\_economia,1122167/amp.html](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/02/16/internas_economia,1122167/amp.html)>. Acesso em 26 de set de 2021.

BEEFPOINT. Açougues brasileiros acompanham as novas tendências e se transformam em boutiques de carne. **Beefpoint**, 23 de set. de 2013. Disponível em< <https://www.beefpoint.com.br/acougues-brasileiros-acompanham-as-novas-tendencias-e-se-transformam-em-boutiques-de-carne/>>. Acesso em 15 de out. de 2021.

BENETTI, E. Carne bovina ficou 50% mais cara no último ano: entenda os motivos. **NSC Total**, 08 de fev. de 2021. Disponível em:< <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/estela-benetti/carne-bovina-ficou-50-mais-cara-no-ultimo-ano-entenda-os-motivos>>. Acesso em 26 de set de 2021.

CALEMAN, S. M. de. Q., ZYLBERSZTAJN, D. Falta de Garantias e Falhas de Coordenação: evidências do sistema agroindustrial da carne bovina. **Revista de Economia e Sociologia Rural (RESR)**, Piracicaba-SP, vol. 50, nº 2, p. 223-242, Abr/Jun 2012.

CARRANÇA, T. Frango 40% mais caro: como a alta da conta de luz aumentou preço da ave em 2021. **BBC News**, 10 de set. de 2021a. Disponível em:< <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-58510028>>. Acesso em 26 de set. de 2021.



\_\_\_\_\_. Por que o consumo de carne bovina no Brasil deve voltar em 2021 ao patamar de décadas atrás. **BBC News**, 19 de jan. de 2021b. Disponível em:< <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55664305>>. Acesso em 26 de set. de 2021.

CONSUMO DE CARNE NO BRASIL EM 2021 SERÁ O MENOR EM 25 ANOS. **Exame**, 2021a. Disponível em:< <https://exame.com/brasil/consumo-de-carne-no-brasil-em-2021-sera-o-menor-em-25-anos/>>. Acesso em 22 de set. de 2021.

CONSUMO DE CARNE NO PAÍS CAIU 67% NA PANDEMIA; OVO É SUBSTITUTO, DIZ DATAFOLHA. **Infomoney**, 2021. Disponível em:< <https://www.infomoney.com.br/economia/consumo-de-carne-no-pais-caiu-67-na-pandemia-ovo-e-substituto-diz-datafolha/>>. Acesso em 22 de set. de 2021.

DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Em setembro, custo da cesta aumenta em 11 cidades. **Dieese**, 6 de out. de 2021. Disponível em:< <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/2021/202109cestabasica.pdf>>. Acesso em 10 de out. de 2021.

FERNANDES, C. A.; TEIXEIRA, E. M.; TSUZUKI, N.; MARTINS, R. M. **Produção agroindustrial: Noções de Processos, Tecnologias de Fabricação de alimentos de origem Animal e Vegetal e Gestão Industrial**. 1ª ed. São Paulo: Érica, 2017.

INFLAÇÃO ELEVA CONSUMO DE CORTES MAIS BARATOS DE CARNE, COMO PÉ DE FRANGO. **Exame**, 2021b. Disponível em:< <https://exame.com/brasil/inflacao-eleva-consumo-de-cortes-mais-baratos-de-carne-como-pe-de-frango/>>. Acesso em 26 de set de 2021.

MALAFAIA, G. C.; BISCOLA, P. H. N.; DIAS, F. R. T. **Os impactos da COVID-19 para a cadeia produtiva da carne bovina brasileira**. Embrapa. Brasília, abr. de 2020.

MALHORTA, Maresh **Pesquisa de Marketing foca na decisão**. São Paulo Prentice Hall, 2011.

MOTA, J.da.S. Utilização do Google Forms na pesquisa acadêmica. **Revista Humanidades e Inovação**. v.6, n.12 – 2019.

REDE BRASIL. Auxílio emergencial de R\$ 600 é essencial para combate à pandemia, aponta Dieese. **Rede Brasil Atual**, 2021. Disponível em:< <https://www.redebrasilatual.com.br/politica/2021/03/auxilio-emergencial-combate-pandemia/>>. Acesso em 26 de set de 2021.

REDE PENSSAN - Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional. Inquérito Nacional sobre insegurança alimentar no contexto da pandemia da covid-19 no Brasil. **Pesquisassan**, 2021. Disponível em< [pesquisassan.net.br/olheparaafome](https://pesquisassan.net.br/olheparaafome)>. Acesso em 26 de set. de 2021.

RIBEIRO, C. da. S. G.; CORÇÃO, M. O consumo de carne no Brasil: entre valores socioculturais e nutricionais. **Demetra**, 2013, 8(3); 425-438.