

CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

## ANÁLISE DO PERFIL DE CONSUMIDORES DE CARNE DE AVES NO MUNICÍPIO DE ITAREMA-CEARÁ

Kamila Kettle Santos VASCONCELOS \*1, Toivi Masih NETO \*2

\*autor para correspondência: kettle.11@hotmail.com

<sup>1</sup>Universidade Estadual Vale do Acaraú, Sobral, Ceará, Brasil

<sup>2</sup>Instituto Federal do Ceará – IFCE, Campus Paracuru, Paracuru, Ceará, Brasil

**Abstract:** The objective of this work was an analysis on the profile of consumers of poultry meat, and a general characterization of the consumers of the municipality of Itarema, CE was carried out. For the accomplishment of this diagnosis it was used the application of questionnaires with questions of multiple choice. The interviews were carried out randomly in locu, in the public market, open fairs and supermarkets, during the month of March 2018. After the application of the questionnaires, the data were tabulated in a spreadsheet (Microsoft Excel®). A total of 245 interviews were performed, and the following results were obtained; in relation to the genus, 75.1% were female and 24.9% were male; in relation to the age group, it was observed that in the range between 15-25 years represented 55.20%, between 25-35 years represented 32%, between 35-45 years represented 1.60%, between 45-55 years represented 8.80% and between 55-65 years represented 0, 40%. In relation to the monthly income, it was verified that this varied between 1 and 3 minimum wages. In relation to schooling, it was observed that 0.80% had incomplete primary education; 1.20% had completed high school; 22.40% had incomplete mean, 48.8% had complete upper level and 24.8% had incomplete upper. The most preferred place of purchase was in supermarkets, with 60.40% of the choices. The average weekly consumption above 5 kg was 55.60% and 42.4% for consumption less than 5 kg weekly. Most of the interviewees (57.2%) expressed concern about the state of the packaging, quality and origin of the product. A relevant aspect observed in this study was the application of hormones in industrial chicken, about 90% of consumers believe the use of this product in the growth of poultry. In relation to the preference for farm or rustic chicken, 65.6% reported preference for backyard poultry, and 54.2% justified this preference for appreciating the product, 66% still showed that they were willing to pay more for poultry. For the consumption of birds other than chicken, the following responses were obtained: quail (48.8%), duck (25.7%) and (25.5%) did not consume other birds besides chicken.

**Palavras-chave:** carne de aves, comercialização, produção

Promoção e Realização:



Apoio Institucional:



Organização:



CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

### Introdução

A avicultura é uma atividade econômica de grande importância no agronegócio brasileiro, caracterizada por ser uma atividade dinâmica e rápida pelo tempo de resposta da produção. A avicultura brasileira teve grandes avanços na área da genética, nutrição, sanidade e bem-estar animal, e apesar da crise econômica que afetou o país, conseguiu atingir patamares elevados na produção mundial. Segundo a ABPA (2016), o Brasil tornou-se mundialmente o segundo país com maior produção, cerca de 13.146.000 toneladas, de carne de frango em 2015, ultrapassando a China, e continua posicionado como maior exportador de carne de frango do mundo, já os estados brasileiros que mais produzem carne de frango são Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, respectivamente com 32,46%, 16,24% e 14,13% da produção nacional. Além das boas práticas, a avicultura brasileira se destaca por uma importância social, com elevado nível de geração de empregos. O agronegócio avícola é responsável por 4,5 milhões de empregos, diretos e indiretos. (UBABEF, 2011). Porém, devemos visar ao aumento do consumo seguindo como meta o ano de 2011, onde houve consumo de 47,38kg/hab/ano. Para isto deve-se atentar às demandas do mercado consumidor, pois este segmento direciona para as mudanças necessárias na cadeia produtiva (ZAMUDIO, 2010). Diante do presente contexto, buscou-se neste trabalho realizar um diagnóstico do perfil do consumidor de carne de aves no município de Itarema.

### Material e Métodos

Para realizar os objetivos desta pesquisa, utilizou-se um questionário impresso, composto por 14 perguntas de múltipla escolha. Para que houvesse maior alcance, o questionário foi aplicado em vários pontos de comercialização de carne de aves, no município de Itarema, no Ceará. As respostas foram avaliadas, buscando como resultado o diagnóstico do perfil dos consumidores de carne de aves, a faixa etária dos consumidores, escolaridade, a renda mensal, a frequência de consumo, a motivação para o consumo, a preferência do local de compra, o primeiro atributo relevante no momento da compra, as principais características relevantes na compra da carne, o tipo mais consumido, as opiniões e conhecimentos sobre a utilização de hormônios na carne de frango industrial, sobre os animais serem tratados com bem-estar animal. Foram aplicados 245 questionários de forma aleatório, por fim os dados foram tabulados em planilha do software Excel e analisados estatisticamente.

### Resultados e Discussão

Promoção e Realização:



Apoio Institucional:



Organização:



CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

A amostra foi composta por 24,9 % de mulheres e 75,1% de homens sendo que 100% dos entrevistados consomem carne de aves. As faixas etárias dos entrevistados foram entre 15 à 25 anos, apresentando 55,2 % dos entrevistados, de 25 à 35 com 32%, 35 à 45 com 1,6%, 45 à 55 com 8,8%, a classe com idade acima de 55 anos apresentou menor percentual com 0,40% dos entrevistados. Demonstraram consumo per capita médio semanal acima de 5kg de carne de aves, 55,6% dos entrevistados. Em relação a preferências pela carne de aves quanto ao Preço, foram indicados por 19,18% dos entrevistados, ao Valor Nutricional 22,04%, quanto a apreciação foi de maior preferência, apresentando 54,29% dos entrevistados.

Em relação ao poder aquisitivo, os consumidores com renda acima de 3 salários mínimos, foram de 84,4%. A maior parte das compras são feitas nos supermercados e essa preferência corresponde a mais de 60% dos entrevistados. Acredita-se que é possível atribuir esse fato à praticidade que os supermercados oferecem, pois estes estabelecimentos oferecem outros tipos de produtos e serviços além de praticarem preços mais acessíveis que em locais especializados. Foram considerados atributos importantes dos entrevistados: embalagem (82%) ao estado da embalagem (57,2 %), pagar mais por serem caipiras (66%), preferência por caipiras (66,5%). Considerando o nível escolar (57,4% com superior incompleto, 24,8% com superior completo, 48,8% ensino médio completo e 1,2%) e com isso o acesso mais facilitado a informações científicas, observa-se que nos quesitos uso de hormônios e bem-estar, apesar de grande parcela dos entrevistados terem maior grau de instrução, acessam informações empíricas, da opinião pública, equivocadas e sem base científicas, acreditam no uso de hormônios e não sabem a diferença de um animal com selo de bem-estar. O gráfico 1 apresenta o percentual de preferência de consumo entre os

CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

entrevistados.

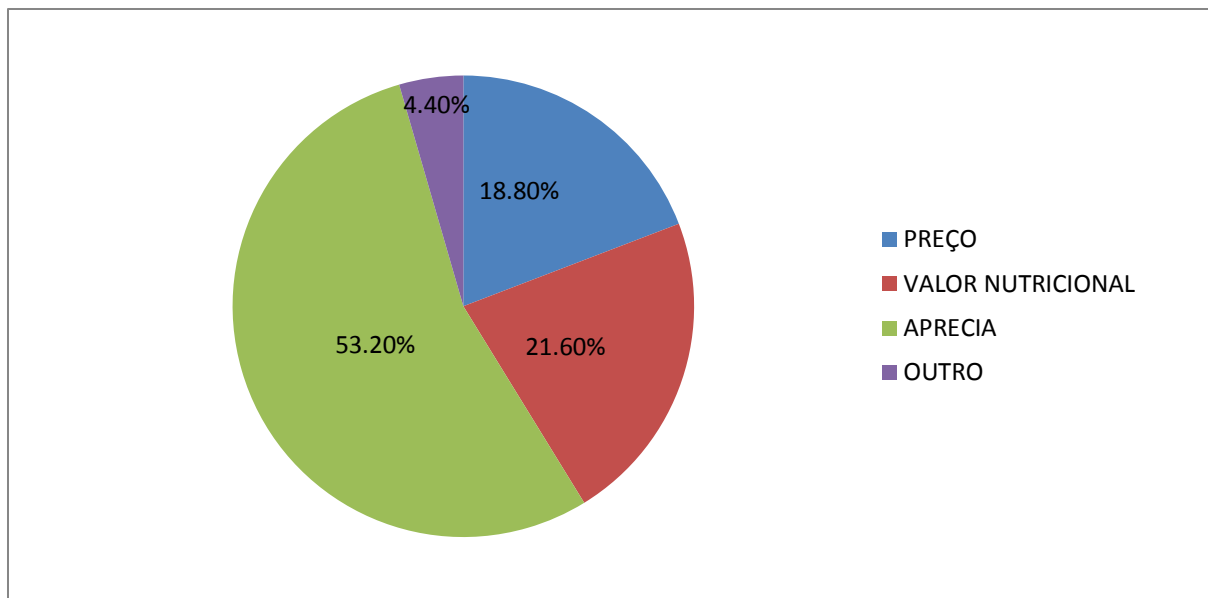


Gráfico 1 – Apresentação quanto preferência/motivos do consumo

### Conclusão

Os consumidores Itaremenses, têm como hábito alimentar e preferência consumir carne de aves semanalmente. Embora considerem importantes os atributos que demonstrem qualidade e segurança alimentar, uma percentagem significativa não verifica se há registro de inspeção no local onde efetuam suas compras. A grande maioria prefere carne de aves caipiras, isso ocorre devido o preço comercializado, acham que por ser mais caras, possuem uma melhor qualidade, e por acharem que de granjas contém hormônios que possam lhes prejudicar.

### Referências

- ABPA. Associação Brasileira de Proteína Animal. **Relatório anual 2016**. Disponível em: <<http://abpa-br.com.br/setores/avicultura/publicacoes/relatorios-anuais/2016>>. Acesso em: 27 março de 2018
- UBABEF. União Brasileira de Avicultura. **Relatório anual 2011**. Disponível em: <<http://abpa-br.com.br/setores/avicultura/publicacoes/relatorios-anuais/2011>>. Acesso em : 27 março de 2018
- .ZAMUDIO, Luz Haydee Bravo. **Caracterização e Percepção de Consumidores sobre a qualidade da carne de frango comercializada em Brasília – DF**. 2010.

Promoção e Realização:

Apoio Institucional:

Organização:



CONSTRUINDO SABERES, FORMANDO PESSOAS E TRANSFORMANDO A PRODUÇÃO ANIMAL

125 f. Dissertação (Mestrado) – UnB, Brasília, 2010. Disponível em: <http://repositorio.unb.br>. Acesso em: 27 março de 2018.

Promoção e Realização:



Apoio Institucional:



Organização:

