

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO- UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E AMBIENTAIS- CCAA
CURSO DE ZOOTECNIA
MONOGRAFIA DE CONCLUSÃO DE CURSO

CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMO E PERFIL DO
CONSUMIDOR DE FRANGO NA CIDADE DE
CHAPADINHA-MA

ALUNA: LEILIANY ANDRADE DOS SANTOS
ORIENTADOR: PROF. DR. FELIPE BARBOSA
RIBEIRO

CHAPADINHA- MA

2019

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO- UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E AMBIENTAIS- CCAA
CURSO DE ZOOTECNIA
MONOGRAFIA DE CONCLUSÃO DE CURSO

CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMO E PERFIL DO
CONSUMIDOR DE FRANGO NA CIDADE
CHAPADINHA-MA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Zootecnia do Centro De Ciências Agrárias e Ambientais da Universidade Federal do Maranhão como requisito indispensável para obtenção do grau de Bacharel em Zootecnia.

Aluna: Leiliany Andrade dos Santos

Orientador: Prof. Dr. Felipe Barbosa Ribeiro

CHAPADINHA- MA

2019

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

Santos, Leiliany Andrade dos.

Caracterização do consumo e perfil do consumidor de frango na cidade de Chapadinha / Leiliany Andrade dos Santos. - 2019.

31 f.

Orientador(a): Felipe Barbosa Ribeiro.

Monografia (Graduação) - Curso de Zootecnia, Universidade Federal do Maranhão, Chapadinha, 2019.

1. Carne de frango. 2. Entrevistados. 3. Mercado. I. Ribeiro, Felipe Barbosa. II. Título.

LEILIANY ANDRADE DOS SANTOS

**CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMO E PERFIL DO
CONSUMIDOR DE FRANGO NO MUNICÍPIO DE CHAPADINHA-MA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Zootecnia do Centro De Ciências Agrárias e Ambientais da Universidade Federal do Maranhão como requisito indispensável para obtenção do grau de Bacharel em Zootecnia.

Aprovada em: ___/___/___

Banca Examinadora

Prof.º Dr.º Felipe Barbosa Ribeiro (Orientador)
Universidade Federal do Maranhão

Prof.º Dr.º Marcos Antonio Delmondes Bomfim
Universidade Federal do Maranhão

MSc. Rafael Silva Marchão
Universidade Federal do Maranhão

CHAPADINHA- MA

2019

DEDICO

Dedico em primeiro lugar a Deus por me dar forças para perseguir meus objetivos, iluminando meu caminho e abençoando minhas escolhas, em segundo aos meus familiares: minha mãe Eva dos Santos, meu pai Francisco Andrade e meu filho Francisco Andrade de Sousa, que sempre me apoiaram e acreditaram em mim em todas as etapas da minha formação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade de cursar um ensino superior, e me dar à dádiva de concluí-lo com honestidade, guiando-me nos momentos difíceis encontrados durante toda a graduação.

Agradeço aos meus pais Francisco Andrade Silva, e minha mãe Eva dos Santos, por tudo que fizeram e fazem por mim, pela educação que tive, porque se não fosse isso não teria chegado até aqui, agradeço por todo amor e apoio que recebi.

Agradeço os meus familiares que me apoiaram nessa jornada e me ajudaram bastante, de todas as formas que puderam principalmente minha irmã Gleyca e Cleidiane, que sempre me ajudou, agradeço também minha irmã Ana Heloisa. A minha avó paterna Luiza Andrade Silva por todo carinho que me deram.

Agradeço ao meu marido Bruno e meu filho Francisco que sempre me deram forças, e por serem sempre meu refúgio nos momentos difíceis.

Agradeço o meu sogro Charlles e minha sogra Rita que sempre ajudaram, e minhas cunhadas Shyrley, Dhulya e Dhuliane., a dona Lidia e a Lucivania, por terem me acompanhado nessa jornada e serem a minha família longe de casa.

Agradeço de forma especial e grandiosa meu professor e orientador Dr. Felipe Barbosa Ribeiro, que teve paciência em me orientar com carinho, demonstrando sempre muita competência no que faz, agindo com sabedoria, forma na qual me ensinou a ter responsabilidades.

Agradeço aos meus amigos em especial meu irmão do coração Joaquim de Sousa Lima, a minhas amigas, Maria Das Dores, Nágila Carvalho, Dhulya Rodrigues, Grazi, e Luana por toda a amizade, paciência, diversão, obrigada por tudo.

Agradeço a todos os professores que ministraram aula durante minha vida acadêmica em especial Dr^a Jane Melo Lopes, os professores José Ribamar Torres, Jefferson Siqueira, Marcos Bonfim, e Khalil Menezes por quem eu tenho grande respeito e admiração.

Agradeço em especial ao Leonardo Bernardes Taverny e ao professor Zinaldo Firmino que me ajudaram a concluir umas das etapas da graduação mais difícil a monografia, muito obrigado.

Agradeço á Universidade Federal do Maranhão pela oportunidade de aprender e evoluir intelectualmente. A todos. **Muito obrigada!**

*“O futuro pertence àqueles que acreditam na
beleza de seus sonhos.”*

(Eleanor Roosevelt)

RESUMO

Objetivou-se com o presente trabalho caracterizar o consumo e o perfil do consumidor da carne de frango, no município de Chapadinha-MA. Foram entrevistadas 400 pessoas, mediante o questionário do tipo fechado. Os questionários foram aplicados no período de setembro a novembro de 2018 em supermercados, açougues e no mercado municipal da cidade de Chapadinha-MA. Após isso, os dados foram tabulados em planilha eletrônica, usando o software Microsoft Excel. E os dados foram analisados e foi utilizada estatística descritiva e tabelas de contingência em análise de correspondência simples e múltipla (ACM). Os resultados demonstraram que a carne de frango é a mais consumida, seguida da carne bovina. O frango inteiro é o preferido em relação ao frango em partes. Porém entre os cortes o peito e a coxa apresentam maior preferência entre os consumidores, que escolhem através principalmente do sabor e pelo costume. Ao se fazer ACM observou que as pessoas do sexo feminino tem maior preferência pelo carne de frango, e as pessoas do sexo masculino tem maior preferência pela carne bovina. A pesquisa revelou ainda que, 70% dos entrevistados possuem o hábito de consumir frango caipira.

Palavras-chave: Carne de frango; entrevistados; mercado.

ABSTRACT

The objective of this work was to characterize the consumption and consumer profile of chicken meat in the municipality of Chapadinha-MA. 400 people were interviewed using the closed-ended questionnaire. The questionnaires were applied in the period from September to November of 2018 in supermarkets, butchers and in the municipal market of the city of Chapadinha-MA. After that, the data were tabulated in spreadsheet, using Microsoft Excel software. And the data were analyzed and descriptive statistics and contingency tables were used in analysis of simple and multiple correspondence (ACM). The results showed that chicken meat is the most consumed, followed by beef. The whole chicken is preferred over the chicken in parts. However, between the cuts the chest and thigh are more preferred among consumers, who choose mainly through taste and custom. When doing ACM noted that female people have more preference for chicken meat, and male people have more preference for beef. The research also revealed that, 70% of the interviewees have the habit of consuming white cabbage.

Key words: Chicken meat; interviewed; marketplace.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1.** Localização geográfica da cidade de Chapadinha-MA.....10
- Figura 2.** Nível de correspondência múltipla entre sexo: masculino (M) e Feminino (F), tipos de carne: bovina, frango, suína, caprina, ovina, peixe e outras e motivação do consumo: preço, sabor, VN (valor nutricional), religião, disponibilidade, costume e outros.15
- Figura 3.** Nível de correspondência entre as formas mais consumidos da carne de frango: inteiro, em partes (coxa, peito, asa e etc.), miúdos, embutidos (salsicha, empanados, nuggets e etc.); Motivação para o consumo: preço, sabor, valor nutritivo, disponibilidade, preparo, costume e outros.....18
- Figura 4.** Nível de correspondência simples entre escolaridade: superior (S), superior incompleto (SI), segundo grau (2º), primeiro grau (1º), não alfabetizado (NA); aspectos negativos relacionados com consumo da carne de frango: hormônios (Horm.), preço (Preç.), sabor (Sab.), antibióticos (Ant.), Nenhum.....21

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Renda familiar dos consumidores de carne de frango na cidade de Chapadinha no período de outubro a novembro de 2018.....	12
Gráfico 2. Consumo de diferentes tipos de carnes no município de Chapadinha-MA no período de outubro e novembro de 2018.....	13
Gráfico 3. Formas mais consumida de frango na cidade de Chapadinha no período de outubro a novembro de 2018.....	16
Gráfico 4. Partes do frango mais consumido cidade de Chapadinha no período de outubro a novembro de 2018.....	19
Gráfico 5. Hábito de consumir frango caipira na cidade de Chapadinha no período de outubro e novembro de 2018.....	22

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Autovalores e inércia para todas as dimensões significativas da tabela Burt	14
Tabela 2. Autovalores e inércia da análise de correspondência simples para todas as dimensões significativa da tabela.....	17
Tabela 3. Autovalores e inércia de escolaridade x aspectos negativos do consumo para todas as dimensões significativas da tabela de Burt	20

SUMÁRIO

RESUMO	8
ABSTRACT	9
1 INTRODUÇÃO	4
2 OBJETIVOS	5
2.1 OBJETIVO GERAL.....	5
2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO.....	6
3 REVISÃO DE LITERATURA	6
3.1 MERCADO DA CARNE DE FRANGO	6
3.2 CENÁRIO MARANHENSE NA PRODUÇÃO DE FRANGOS	7
3.3 HÁBITOS DE CONSUMO DE CARNE.....	8
4 MATERIAL E MÉTODOS	9
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	11
6 CONCLUSÃO	23
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24
7 APÊNDICE	28
QUESTIONÁRIO.....	28

1 INTRODUÇÃO

O Brasil destaca-se na produção avícola desde a década de 90 e tem se tornado um dos maiores produtores e exportadores de frango de corte no mundo (USDA, 2016). A indústria avícola brasileira ocupa a segunda posição na produção e o primeiro lugar na exportação mundial de carne de frangos. Em 2017, a avicultura do Brasil produziu 13.056 milhões de toneladas de carne, atrás apenas do EUA (ABPA, 2018).

Os Estados brasileiros de maior produção são da região sul, onde responderam por 59,9% do abate nacional de frango, sendo Paraná o maior produtor seguido de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, que juntos representam cerca de 60 % da produção nacional avícola com serviço de inspeção federal, estadual e municipal (IBGE, 2017).

A região Nordeste é a quarta maior produtora de aves com 3,7% do abate nacional de frango, dentre os Estados com maior produção, a Bahia é a maior produtora com a produção em média de 240,4 mil toneladas, o Maranhão é o sétimo com 2,9 mil toneladas (AVISATE, 2016).

O mercado consumidor do Estado do Maranhão demanda em torno de 300 mil toneladas de aves por ano, mas o estado produz somente 25% dos frangos que consome, tendo uma produção aproximada de 105 mil toneladas/ano, o que demonstra a existência de mercado disponível para o aumento da produção local. Além disso, o estado é o segundo produtor de grãos do nordeste, com crescimento observado ano após ano (MARANHÃO, 2015).

Estudos têm mostrado que o consumo de carne frango vem aumentando em comparação a outras carnes (MAPA, 2016), e uma das etapas importantes pelo aumento do consumo de carne de frango é conhecer o comportamento do consumidor, por ser o elo final da cadeia, que é responsável por melhorar o atendimento das exigências de mercado e para orientar as estratégias de marketing para essa cadeia. Principalmente porque os consumidores estão cada vez mais preocupados com a saúde, e observa-se uma procura mais acentuada por alimentos saudáveis, com baixos níveis de gorduras saturadas e colesterol. Assim, através de questionamentos, é importante conhecer o comportamento dos consumidores, as suas exigências e a satisfação com o produto (FERREIRA et al. 2015).

Pela a necessidade de conhecer as características e o perfil do consumidor (o elo final da cadeia) de Chapadinha-MA, de maneira a favorecer possibilidades estratégicas para o setor de carne de frango e pela utilidade em entender a dinâmica de percepção de valor neste segmento, torna necessário para fornecer aprimoramentos pontuais ao longo da cadeia como também melhorar a comercialização da carne de frango no município de Chapadinha-MA.

No entanto, entender as preferências do consumidor é uma tarefa complexa e dinâmica, pois há diversos fatores que estão correlacionados como as diferenças individuais, como poder aquisitivo do consumidor, motivação e envolvimento, conhecimento, atitudes, personalidade, valores e estilo de vida, as influências ambientais (cultura, classe social, influências pessoais, família e situação), podem afetar no seu comportamento de compra e de consumo (ENGEL, 2005).

Outro ponto a ser considerado, é que apesar dos estudos relacionados à percepção dos consumidores em relação a diversos produtos serem bastante difundidos no Brasil e no exterior, o seu histórico de pesquisas em relação à percepção dos consumidores no Brasil ainda é recente e incipiente. Assim, esta pesquisa também se justifica pela sua atualidade e em parte por sua originalidade em relação aos tópicos pesquisados. Observa-se que na maioria dos trabalhos desenvolvidos no Brasil privilegia a produção ou o abastecimento (MOURA, 2009), sendo poucos são os dados disponíveis sobre as características e perfil dos consumidores nos diferentes setores agropecuários. Tal situação indica a necessidade de um maior aprofundamento científico sobre esse assunto em Chapadinha-MA.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Caracterizar o consumo e o perfil do consumidor da carne de frango, no município de Chapadinha-MA.

2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

Conhecer e avaliar o perfil e hábitos dos consumidores de frango do município de Chapadinha-MA.

Estabelecer correlações entre o grau de formação, e as restrições apresentadas pelos consumidores da carne de frango, formas de consumo da carne de frango e o motivo.

3 REVISÃO DE LITERATURA

3.1 MERCADO DA CARNE DE FRANGO

A carne de frango foi à fonte de proteína animal que mais cresceu no Brasil e no mundo nos últimos 40 anos. Em termos de volume de produção, o Brasil é o segundo maior produtor de aves do mundo com produção de 13.056 milhões de toneladas, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, o destino da produção avícola no Brasil cerca de 66,9 % e pra abastecer o mercado interno, e 33,1 % são para exportações, (ABPA, 2018). Esse desempenho é reflexo do profundo processo de reestruturação industrial, de mudanças tecnológicas e de melhorias nas técnicas de manejo, nutrição, melhoramento genético, e sanidade das aves que ocorreu no Brasil a partir da década de 1970 além disso, com o aumento de renda da população brasileira e mundial, a demanda pelo produto tende a continuar forte e crescente.

O setor de produção do frango de corte é considerado um fenômeno de crescimento devido ao aumento de 1000% em 30 anos, dado este que nenhum outro setor de produção ligado à produção agropecuária apresentou (ANUALPEC, 2011).

Segundo a Associação Brasileira de Proteína animal (ABPA, 2018) de 2007 a 2011 houve aumento em torno de 10 quilos no consumo per capita kg/hab, porém, do ano de 2011 para 2017 ocorreu redução no consumo da carne de frango, de 47,38 kg/hab caiu para 42,07 kg/hab. A carne de frango desde 2004 é mais consumida no Brasil que a carne de bovinos, e a previsão para os próximos anos é que esse consumo se mantenha crescente (ANUALPEC, 2011). Além disso, carne de frango é a segunda carne com maior consumo no mundo, perde apenas para a carne suína.

O Brasil é o maior exportador mundial de carne de frango e se destaca por produzir produtos com alta seguridade sanitária, com padrões exigidos pelos mercados consumidores. Em 2017, o Brasil exportou 4.320 milhões de toneladas de carne de frango (ABPA, 2018). Também foi verificado avanço na exportação desse tipo de produto que em 1990 foram exportados 299 mil toneladas, um aumento de mais de 13 vezes em 20 anos. A exportação Brasileira de carne de frango por produto cerca 63 % da carne que é exportada são os cortes, 29 % e frango inteiro, 3% salgados, 3 % industrializados e 2 % embutidos. Quanto aos países importadores da carne de frango brasileira, foi apontada a Arábia Saudita como maior importador de frango, somente em 2017 o volume total ficou em 589.873 toneladas (ABPA, 2018).

3.2 CENÁRIO MARANHENSE NA PRODUÇÃO DE FRANGOS

No Estado do Maranhão, o mercado de frangos é suprido tanto pela produção local como pela oriunda de outros estados. No Maranhão, segundo AGED (2016), possui em torno 71 granjas, que tem em torno de 382 galpões e 109 núcleos, com capacidade de alojamento de 6.326.000 milhões de aves.

Durante 15 anos a cadeia da avicultura ficou estagnada, o Maranhão tinha baixa competitividade com outros estados, pois precisava trazer de outros estados insumos para produzir a ração, o que fazia com que o preço do quilo do frango produzido fosse mais caro. Desde 2015 que esse cenário vem mudando. O governo do Estado do Maranhão lançou o programa “Mais Avicultura”, que tem como prioridade principal desonerar a produção da avicultura no estado, a partir de medidas de auxílio à produção, tanto no aspecto técnico, financeiro e gestão. Ressalta-se também que a preocupação maior é a de redução da carga tributária, tornando assim o produto maranhense mais competitivo no mercado local, sendo que o principal objetivo do programa é de tornar o estado autossuficiente na produção de carne de frango (MARANHÃO, 2015a).

Além da redução de tributos, o programa incentiva a produção e o consumo no mercado local com um crédito presumido que pode variar entre 90 e 100% nas operações internas resultantes do abate. Tal atitude do governo busca tornar o Maranhão competitivo no mercado interno em ralação a outros estados que é referência na avicultura nacional. O

governo ressalta ainda a viabilidade do programa, pois o mercado consumidor do estado do Maranhão demanda em torno de 300 mil toneladas de aves por ano, mas o estado produz somente 25% dos frangos que consome, tendo uma produção aproximada de 105 mil toneladas/ano, o que demonstra a existência de mercado disponível para o aumento da produção local buscando parcerias com o setor privado, principalmente os frigoríficos (MARANHÃO, 2016).

Com incentivo do governo, o Maranhão vem atraindo algumas empresas como Notaro Alimentos, estão construindo no município de Balsas-MA, Granja, Incubatório, fábrica de ração, produção de óleo e farelo de soja, granjas integradas, centro de distribuição, que prevê a geração de aproximadamente mil empregos com o processamento da carne de 100 a 150 mil aves por dia, a Frango Americano em Coroatá-MA, com o processamento de aproximadamente 120 aves por dia e geração de 800 empregos; a ‘Ceará Alimentos’, em Capinzal-MA, com 15 a 20 mil aves ao dia e 100 empregos; e a ‘Agronor’, em Santa Inês-MA, com 30 a 50 mil aves ao dia e geração de 200 empregos (MARANHÃO, 2016a).

3.3 HÁBITOS DE CONSUMO DE CARNE

Segundo Silva (2006), a qualidade de um produto ou serviço está ligada com a satisfação total do consumidor ou até mesmo que superem suas expectativas iniciais. Segundo Garvin (2002) qualidade é um termo que apresenta diversas interpretações, pois varia com região geográfica, classe socioeconômica, cultura do consumidor e com o estágio de desenvolvimento tecnológico do setor. Portanto, o conceito sobre qualidade pode sofrer variações, vai depender de acordo com o mercado ao qual o produto se destina.

Desta maneira, entender o comportamento do consumidor, por ser o elo final da cadeia, fornece de subsídios e para orientar as estratégias de marketing visto que os consumidores estão cada vez mais preocupados com a qualidade do produto em que coloca em sua mesa. Isso vem acontecendo em virtude de um maior acesso a informações, onde os consumidores, ao comprarem o produto, estão cada vez mais atentos com aspectos como: forma de produção, armazenamento, embalagem, método de conservação e teor nutricional (RODRIGUES et al., 2009).

Atualmente, os consumidores possuem uma farta opção de produtos cárneos como: cortes, preparos, embalagens, identificação de origem e marcas, facilitando o consumidor a buscar melhor qualidade ou a informação que procura (CHAMPREDONDE et al., 2014).

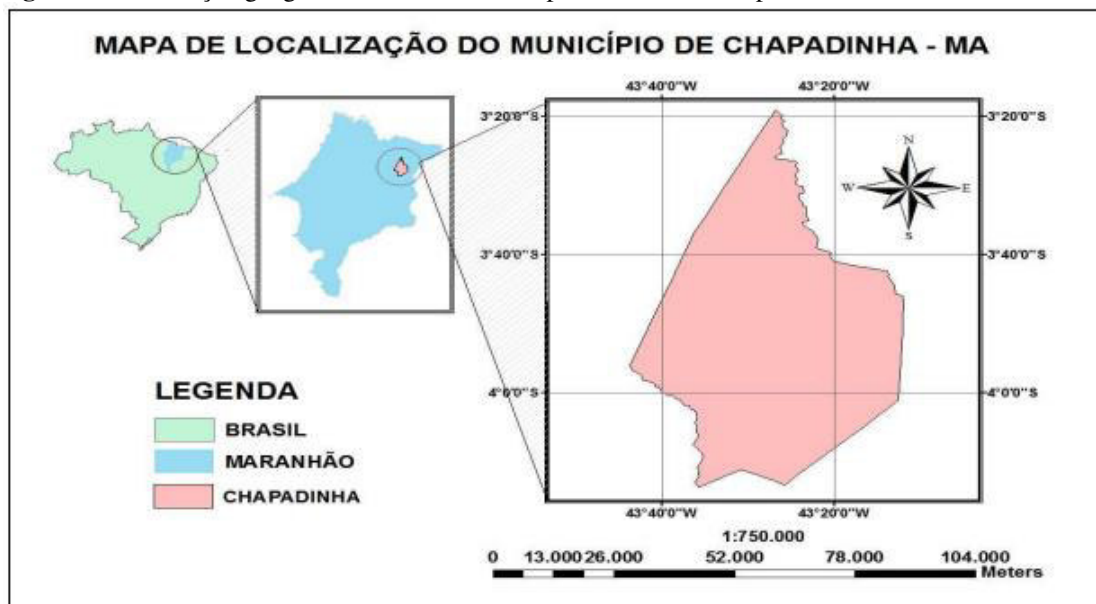
Segundo Souki et al. (2003), estão cada vez mais rápidas e intensas as mudanças que ocorrem na sociedade e que refletem diretamente nas tendências de mercado e hábitos de consumo das pessoas. Assim, além de satisfazer o cliente em relação às características físico químico e organolépticas da carne, parece ser cada vez mais importante o atendimento de novas demandas relacionadas ao meio ambiente, bem-estar animal, responsabilidade social e rastreabilidade.

De acordo com Espíndola (2009), a preferência dos consumidores pela carne de frango se dá em virtude da mesma apresentar preços inferiores quando comparada com as carnes bovina e suína. Hoje, com uma produção moderna e tecnificada, a avicultura de corte pode oferecer ao consumidor produtos de qualidade a preços razoáveis. A crescente oferta do frango comercializado em cortes também contribui para esse crescimento, uma vez que a facilidade no preparo é um fator determinante na escolha desses produtos. Assim, existem dois principais tipos de consumidores da carne de frango, os primeiros são aqueles que a escolhem em virtude do preço mais reduzido, nesse caso, compra-se o frango inteiro, que possui menor valor de mercado. O segundo motivo é que alguns outros consumidores preferem o frango por ser um alimento mais saudável, por apresentar uma quantidade de gordura inferior quando comparada com a carne bovina, e ainda é uma carne rica em vitaminas, minerais e proteínas que são perfeitamente suficientes para se equilibrar a dieta (VENTURINI, 2007).

4 MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho foi realizado na cidade de Chapadinha-MA, que está inserido na Mesorregião Leste Maranhense (Figura 1), compreendendo uma área de 3.247, 385 km², com uma população de aproximadamente 79.145 habitantes e uma densidade demográfica de 22,59 habitantes/km², segundo dados do IBGE (2018). A sede municipal tem as seguintes coordenadas geográficas: -3°44'24" de Latitude Sul e -43°21'36" de Longitude Oeste de Greenwich, dados do IBGE (2010).

Figura 1. Localização geográfica da cidade de Chapadinha. Fonte: adaptado do IBAMA/IBGE.



Foi realizada uma pesquisa com o método “Survey”, a qual é utilizada para a obtenção de informações por intermédio de uma entrevista com os participantes, onde foram feitas perguntas acerca do tema estudando, por meio da aplicação de um questionário estruturado, para obter uma padronização do processo de coleta de dados (FRANCISCO et al., 2007).

Os questionários foram aplicados no período de setembro a novembro de 2018, em supermercados, açougues, e no mercado municipal da cidade de Chapadinha-MA, abrangendo assim diversos tipos de consumidores. Para o cálculo do tamanho amostral foi utilizada a tabela proposta por Mattar (1997), onde teve um erro amostral de 0,05 e um nível de confiabilidade de 95%, a amostra deve compor-se de 400 indivíduos, os quais foram entrevistados pessoalmente. Para caracterização da amostra de consumidores de Chapadinha-MA, foram utilizadas as seguintes variáveis demográficas de forma aleatória: sexo, idade, escolaridade e renda familiar. O questionário foi do tipo fechado, composto por perguntas de múltipla escolha. Os dados da pesquisa foram tabulados em planilha eletrônica, usando o software Microsoft Excel.

Os procedimentos estatísticos utilizados foram a estatística descritiva com o cálculo de percentuais de respostas para algumas das questões, as tabelas de contingência em análise de correspondência simples e múltipla (ACM). A ACM foi empregada para investigar a existência de associação entre as variáveis categóricas: sexo, tipos de carne, motivação do consumo, cortes mais consumidos da carne de frango, motivação do consumo dos cortes, idade, escolaridade, e as restrições apresentadas pelos consumidores de carne de frango.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os consumidores entrevistados na cidade de Chapadinha-MA, foi composto por 55% do sexo masculino, e 45% de indivíduos do sexo feminino com idade entre quinze e acima de 75 anos. Albuquerque et. al. (2017), ao analisar os hábitos de compra e consumo de carne na cidade em Senhor do Bonfim – BA encontraram resultados semelhantes onde se observou um predomínio maior de homens (52,63 %) do que de mulheres (47,37 %), durante a realização da entrevista.

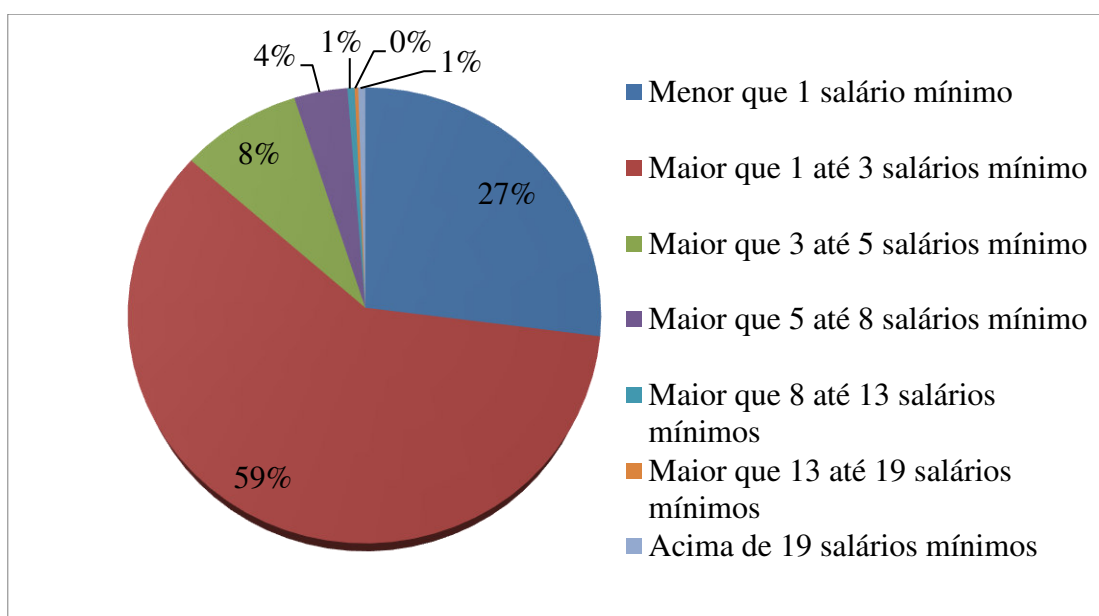
Resultados semelhantes foram obtidos por Brandão et al. (2012) em estudo que identificou o perfil do consumidor de carne e sua percepção e disposição para pagar pela carne com indicação geográfica. A amostra de conveniência, selecionada pelo software Sphinx versão 5.0 da população brasileira, caracterizou-se na sua maioria por homens com 63,1% e 36,9 % de mulheres.

Em relação à idade, não houve entrevistados com idade inferior a 15 anos e a faixa etária predominante foi entre 15 e 30 anos, (38% da amostra). Para as demais faixas etárias, 32% tinham entre 30 e 45 anos; 19% entre 45 e 60 anos; entre 60 e 75 anos eram 9% e, finalmente, acima de 75 anos, 2%.

Figueiredo Júnior et al (2017), ao avaliar a caracterização do consumo e perfil do consumidor de frango da cidade de João Pessoa-PB, observaram resultados semelhantes, entrevistados com idade abaixo de 15 anos (0%), entre 15 e 30 anos (23,6%), e a faixa etária predominante foi entre 30 e 45 anos (37,4% da amostra), entre 45 e 60 anos (27,4%), entre 60 e 75 anos (8,4%), e acima de 75 anos (2,4%).

A renda familiar da maioria dos entrevistados (59%) estava entre um e três salários mínimos, e 27% recebem menos que um salário mínimo (gráfico 1). As demais faixas de renda, podemos observar que 8% recebiam entre três e cinco salários mínimos, 4% possuíam renda entre cinco e oito salários mínimos, 1% ganhavam entre oito e treze salários mínimos, enquanto 0% recebiam entre treze e dezenove salários mínimos e, por fim, 1% com renda superior a dezenove salários mínimos.

Gráfico 1- Renda familiar dos consumidores de carne de frango na cidade de Chapadinha no período de outubro a novembro de 2018.



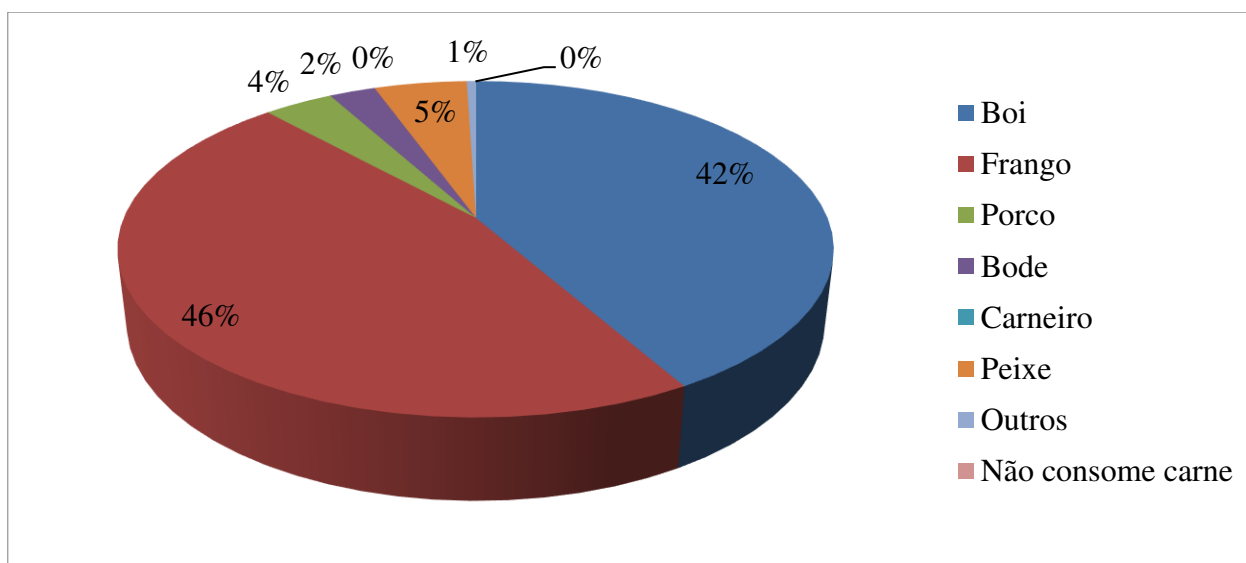
Fonte: Elaborado pelo autor

O grau de formação dos entrevistados foi em sua maioria composto por pessoas com o 2º grau (ensino médio) completo (48% da amostra), os demais se distribuíam da seguinte maneira: 9% não eram alfabetizados, 25% possuíam o ensino fundamental completo, 10% apresentavam curso superior incompleto e 8% dos entrevistados tinham curso superior completo.

A carne de frango foi a mais consumida, sendo a carne bovina a segunda mais consumida (Gráfico 2). De acordo com os dados da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA, 2018), a carne de frango é a proteína animal mais consumida no Brasil, e ainda está em crescimento. De 2016 para 2017 houve um acréscimo de 2,18% no consumo per capita, saindo de 41,2 para 42 kg/habitante/ano, enquanto a carne bovina chegou a 26,47 kg/habitante/ano, seguida da carne suína com 14,7 kg/habitante/ano. A carne de frango vem ganhando espaço na mesa do brasileiro, o que confirma uma tendência mundial de substituição do consumo de carnes vermelhas por carnes brancas (MAPA, 2016).

Na presente pesquisa, avaliou-se qual o principal motivo que justifica o consumo de determinado tipo de carne. Nessa avaliação, 33% dos entrevistados disseram que sua preferência foi determinada pelo sabor da carne, 24% pelo hábito de consumo, 17% pelo valor nutritivo apresentado pela carne e apenas 17% alegaram o preço como a principal razão de consumo, 7% pela disponibilidade do produto. No Brasil, as seguintes razões contribuem para elevação na demanda de carne de frango é uma carne mais saudável que a carne vermelha, tem preço mais acessível e apresenta maior conveniência de preparo (SILVA e MENDONÇA, 2005).

Gráfico 2- Consumo de diferentes tipos de carnes na cidade de Chapadinha no período de outubro e novembro de 2018.



Fonte: Elaborado pelo autor

Com a aplicação da análise de correspondência, observou-se que 13,04% de todas as relações existente entre as variáveis que influenciam na tomada de decisões pelo consumidor de frango em Chapadinha MA foi explicado pelo vetor 1 (DIM1), enquanto que 11,25% são explicadas pelo vetor 2 (DIM 2) (Tabela 1) as dimensões 3, 4, 5, 6, 7 apresentam valores da inércia semelhantes, e que junto com a dimensão 1 e 2 apresentam 68 % acumulada.

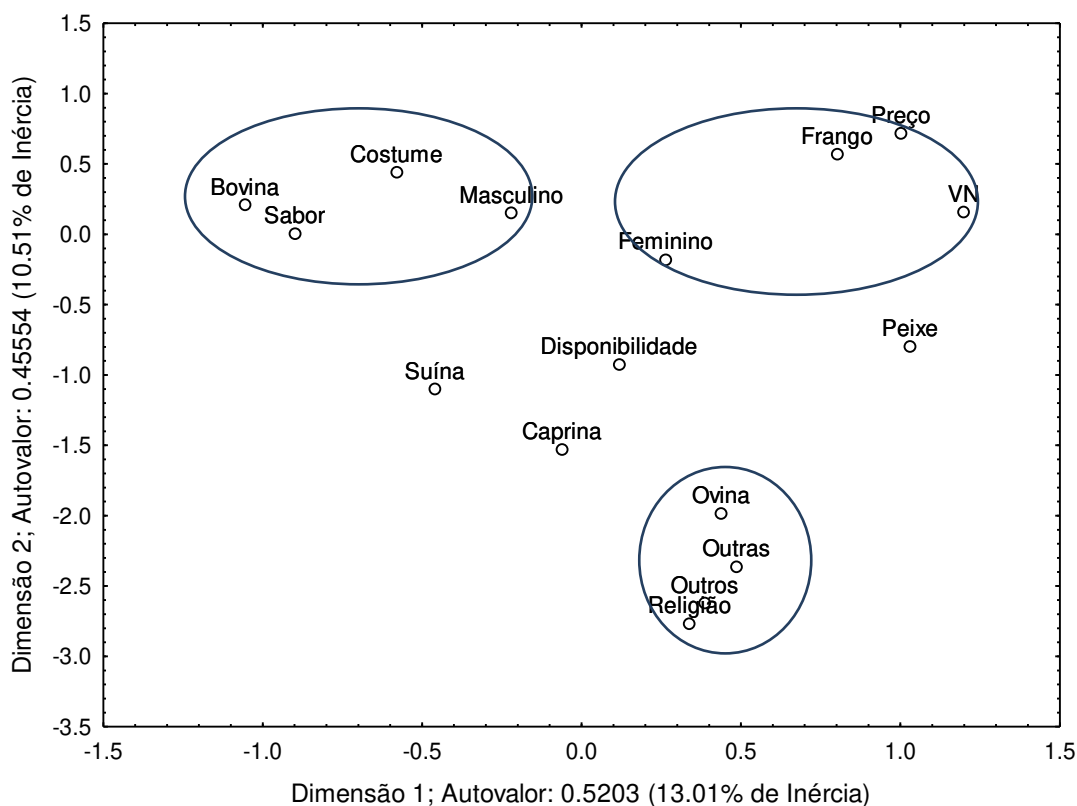
Tabela 1. Autovalores e inércia para todas as dimensões significativas da tabela Burt (Linhas x Colunas= 16 x 16).

Dimensão	Autovalores	% da inércia	% acumulada	Qui-quadrado
1	0.521856	13.04641	13.0464	750.7901
2	0.450008	11.25019	24.2966	647.4221
3	0.382436	9.56090	33.8575	550.2070
4	0.369948	9.24870	43.1062	532.2409
5	0.351592	8.78981	51.8960	505.8328
6	0.347703	8.69258	60.5886	500.2376
7	0.328961	8.22403	68.8126	473.2734

Qui-quadrado total=6401.00; grau de liberdade=225 p=0.000

Na figura 2 concentra todas as categorias relacionadas ao sexo, tipo de carne, e o motivo. Como podemos observar na dimensão 1 pessoas do sexo feminino tem maior preferência pelo frango, e o motivo está relacionado ao preço e valor nutritivo, e as pessoas do sexo masculino tem maior preferência pela carne bovina, e o que motivam consumir carne bovina é o sabor e costume. Na dimensão 2 podemos observar a carne ovina, e a motivação seria outros, e religião que não teve correlação com as outras variáveis.

Figura 2. Nível de correspondência múltipla entre sexo: masculino (M) e Feminino (F), tipos de carne: bovina, frango, suína, caprina, ovina, peixe e outras e motivação do consumo: preço, sabor, VN (valor nutricional), religião, disponibilidade, costume e outros.



A preferência das mulheres pela carne de frango pode ser explicada por ser mais preocupadas com a saúde e também pelo fato de ser uma carne mais saudável, de fácil digestão e com menor teor de gordura, além de ser uma carne com maior conveniência de preparo e ter um preço mais baixo (SARCINELLI, 2007).

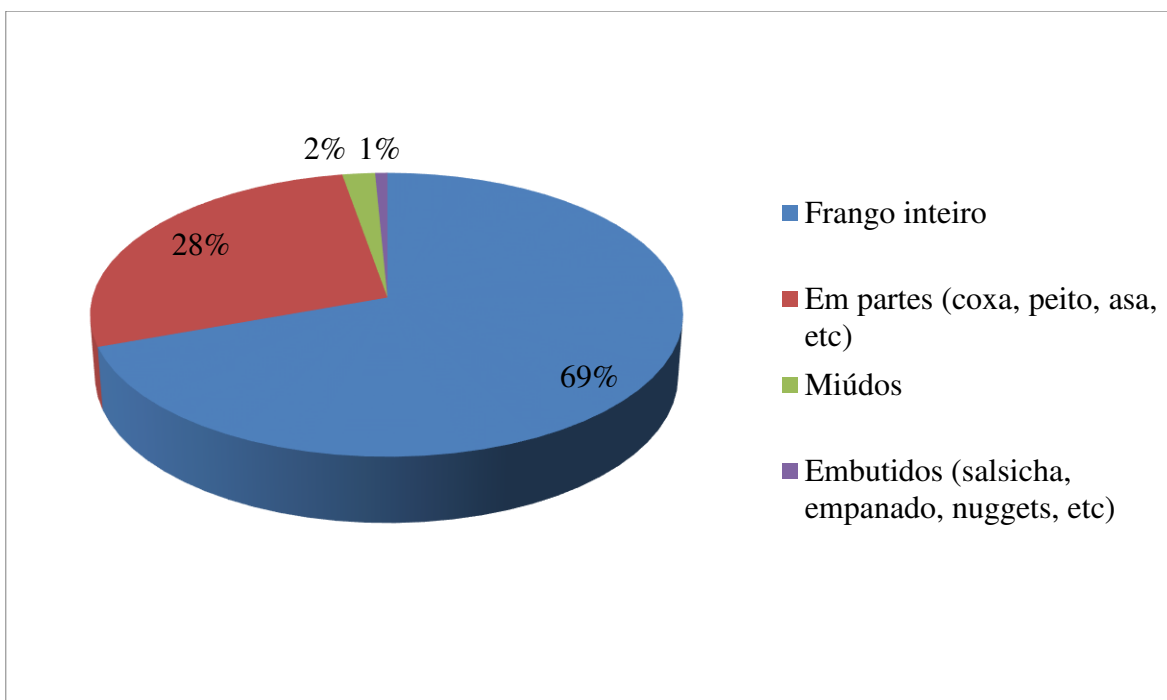
A carne bovina é o alimento bem desejado pelas pessoas, pela imagem social que ela transmite, isto é, a necessidade de o brasileiro mostrar certa ascensão social, e por ser um dos alimentos que causam maior sensação de saciedade (ALBUQUERQUE et al., 2017).

Estudo realizado por Barcellos (2002), destaca que os consumidores adquirem carne bovina porque gostam, demonstram atitude favorável e simpática ao consumo dessa carne, diferente de outros alimentos que são consumidos por obrigação, em função de questões de saúde, renda ou apenas por hábito.

De acordo com Bezerra et al. (2007), o motivo de aquisição de determinada carne na microrregião de Campina Grande-PB foi principalmente o preço (39% dos entrevistados), seguido pelo sabor (28,5%) e hábito (9,25%). Muitos estudos têm evidenciado que a crescente demanda da carne de frango está intimamente ligada ao seu preço, atrelado às preocupações dos consumidores com a saúde, a sanidade dos alimentos e a demanda por produtos de conveniência, de preparo rápido e fácil (RAIMUNDO, 2013). Informações sobre a carne e seu preço têm importância relevante na percepção de qualidade e preferência (AGUIAIS e FIGUEIREDO, 2015).

Com relação à forma mais consumida da carne de frango, os consumidores chapadinhenses preferem em maior quantidade o frango inteiro (69,29%), seguido pelo frango em partes (28,26%) (gráfico 3).

Gráfico 3- Formas mais consumida de frangos na cidade de Chapadinha no período de outubro a novembro de 2018.



Fonte: Elaborado pelo autor

Ao se fazer análise de correspondência simples sobre a forma mais consumida da carne de frango versus motivo, observamos que 88,27% de todas as relações existente entre as variáveis que influenciam na tomada de decisões pelo consumidor de frango em Chapadinha-MA foi explicado pela dimensão 1, enquanto que 8,82% são explicadas pela dimensão 2 (Tabela 2).

Tabela 2. Autovalores e inércia da análise de correspondência simples para todas as dimensões significativas da tabela.

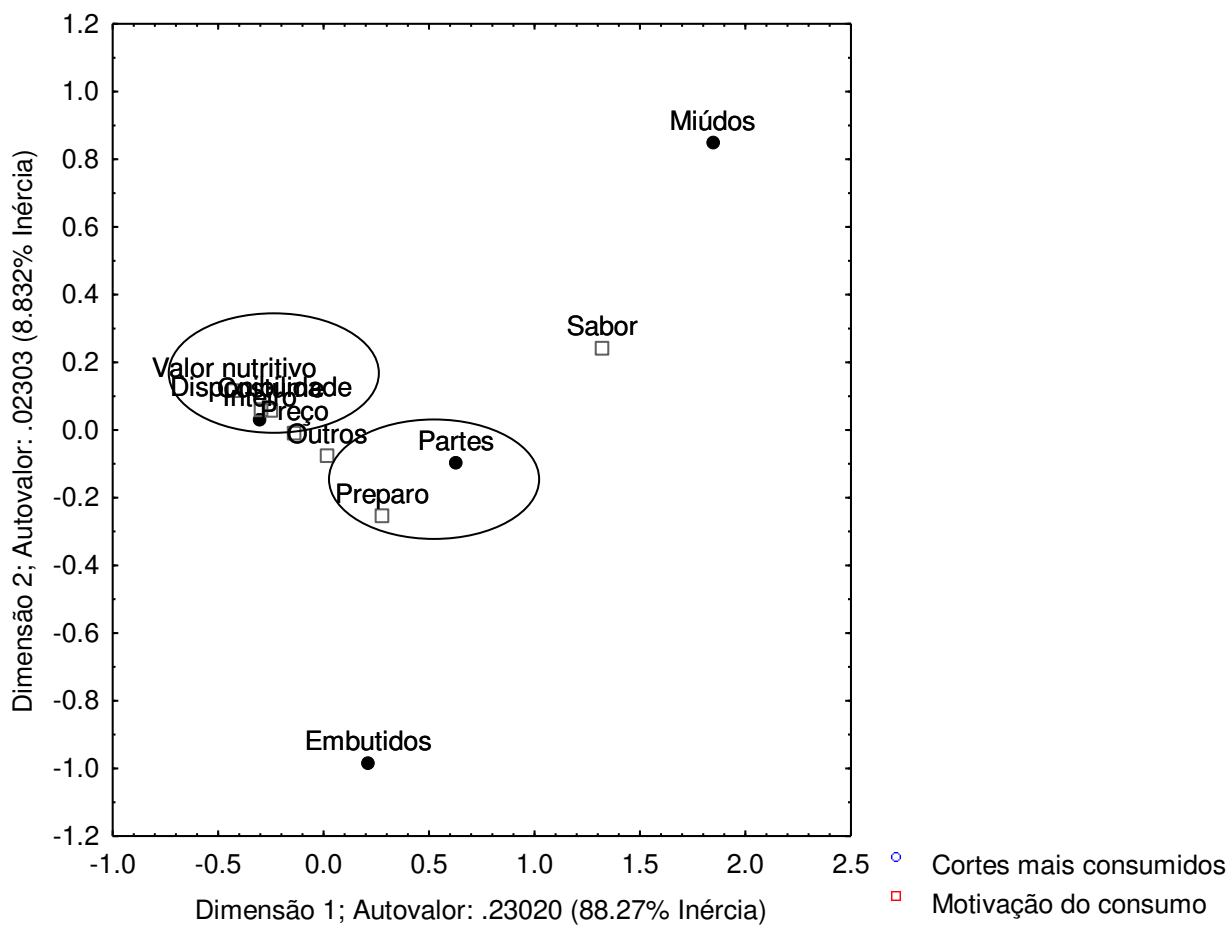
Dimensão	Autovalores	% Inércia	% acumulada	Qui-quadrado
1	0,230	88,274	88,274	84,713
2	0,023	8,832	97,106	8,476

Autovalores e inércia das duas dimensões (Linhas x Colunas): 4 x 7 Inércia total= 0.26078 Qui²=95.966; GL=18; p=0.0000; Linhas: Cortes mais consumidos (4); Colunas: Motivação (7).

Como podemos observar na figura 3, ao serem perguntados quanto à forma mais consumida e o motivo, a maior parte dos entrevistados consomem frango inteiro e o motivo está relacionado ao preço, valor nutritivo, disponibilidade, e em seguida vem o consumo do frango em partes que se correlaciona com a facilidade de preparo.

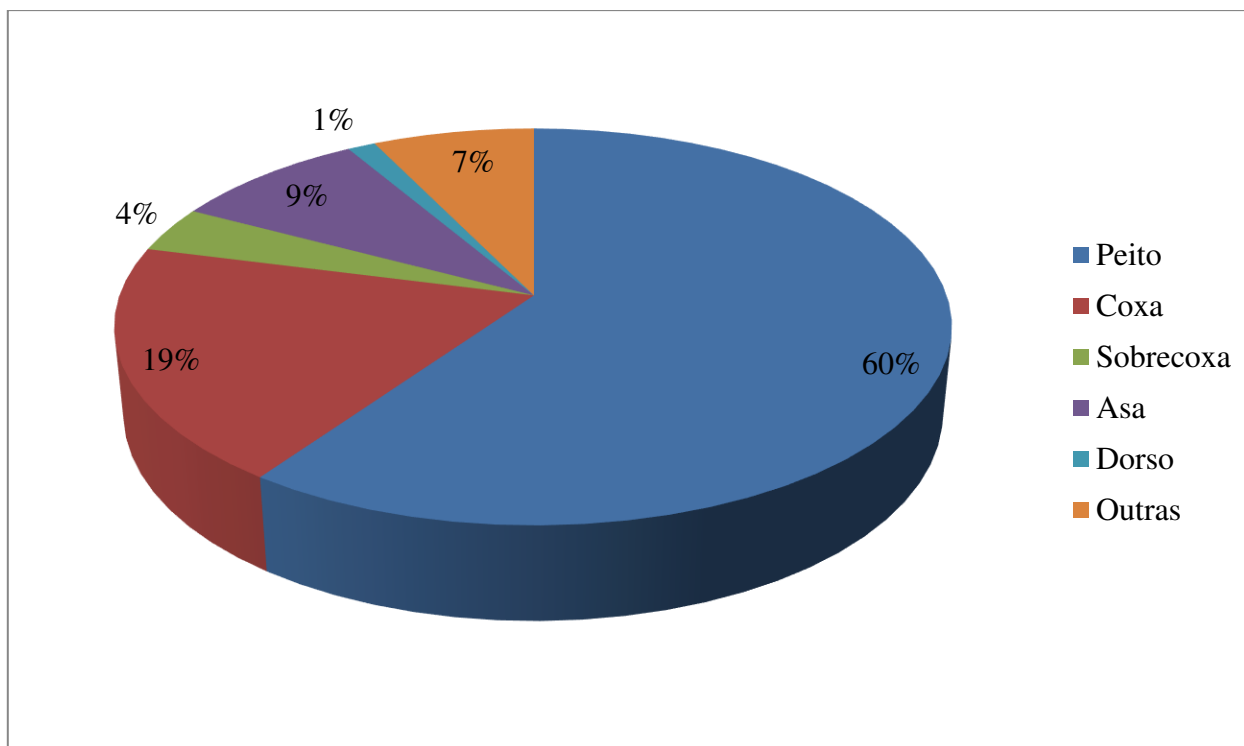
Segundo Oliveira et. al. (2015), afirmaram que o consumidor prefere o frango inteiro em relação a outros itens, como coxa, asa e peito, isso ocorre devido o frango inteiro ter um maior rendimento de carcaça, o que propicia um maior consumo de carne na família. O consumo do frango inteiro vem sendo substituído pelo frango em partes, isso está relacionado com as mudanças sociais como trabalho feminino fora do lar, diminuição do número de pessoas por moradia, menor tempo disponível para o preparo de alimentos, entre outros (FRANCISCO et al., 2007).

Figura 3. Nível de correspondência entre as formas mais consumidos da carne de frango: inteiro, em partes (coxa, peito, asa e etc.), miúdos, embutidos (salsicha, empanados, nuggets e etc.); Motivação para o consumo: preço, sabor, valor nutritivo, disponibilidade, preparo, costume e outros.



A pesquisa revelou ainda que, dentre as partes do frango, as mais consumidas são o peito e a coxa com 60% e 19%, respectivamente. Em seguida, está à asa com 9%, a sobrecoxa com 4%; o dorso com 1%, e finalmente, 7% dos consumidores preferem outras partes (gráfico 4).

Gráfico 4- partes do frango mais consumido cidade de Chapadinha no período de outubro a novembro de 2018.



Fonte: Elaborado pelo autor

Quando questionados sobre o motivo da escolha das partes, os entrevistados responderam que foi devido ao sabor (58%), costume (23%), valor nutritivo (8%), preço (6%) e outros motivos (5%).

O peito de frango é a carne mais nobre do frango e uma das partes mais consumidas, devido ser uma carne que contém baixo teor de gordura e rico em proteínas, além disso, é um alimento bastante utilizado na culinária requintada. Outro fator que contribui para o aumento na procura dessa parte é sua imagem de alimento saudável, sendo recomendado até para pacientes que tenham riscos cardiovasculares, pois contém baixa taxa de colesterol (VENTURINI, SARCINELLI e SILVA, 2007).

Outras partes, como coxa e sobrecoxa, são apreciados por seu sabor característico e preço menos elevado. Nesse caso, o fator saúde tem menor relevância, pois são partes que apresentam maior quantidade de pele e, conseqüentemente, maior percentagem de gordura (VENTURINI, SARCINELLI e SILVA, 2007).

Ao se fazer análise de correspondência simples sobre a escolaridade e as restrições apresentadas pelos consumidores de carne de frango. Na tabela 3 estão apresentados os autovalores e inércia, onde podemos observar que 82,51% de todas as relações existente entre as variáveis que influenciam na tomada de decisões pelo consumidor de frango em Chapadinha- MA foi explicado pela dimensão 1, enquanto que 16,20% são explicadas pela dimensão 2 (Tabela 3).

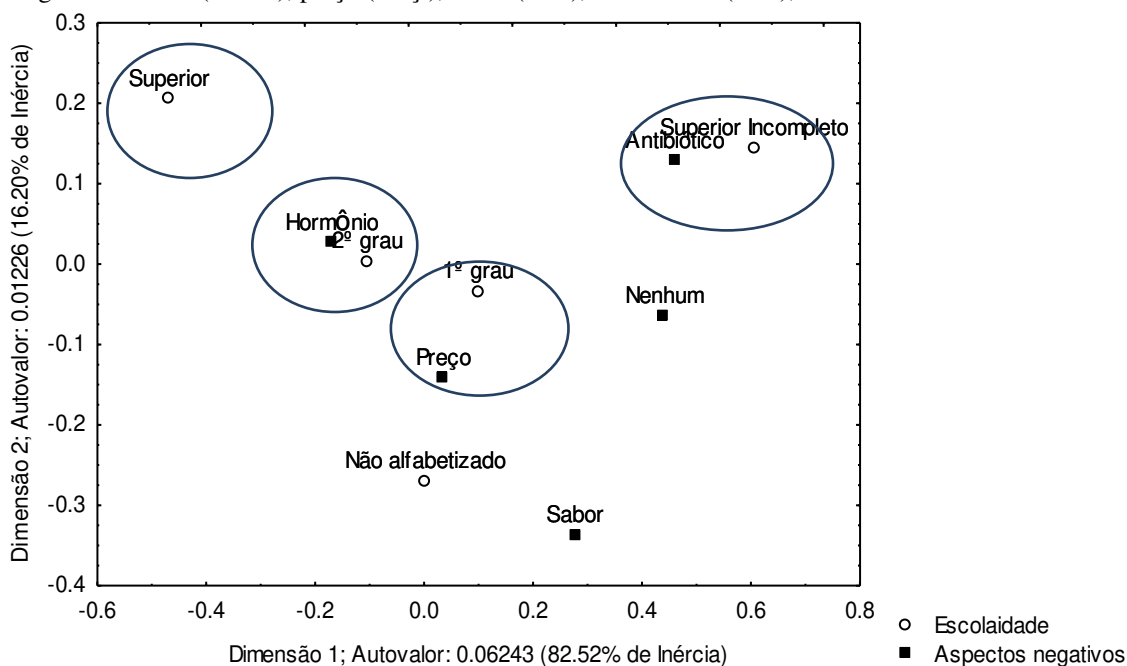
Tabela 3. Autovalores e inércia de escolaridade x aspectos negativos do consumo para todas as dimensões significativas da tabela de Burt (Linhas x Colunas= 5 x5).

Dimensão	Autovalores	Inércia (%)	% acumulada	Qui quadrado
1	0.062425	82.51692	82.5169	24.72049
2	0.012259	16.20464	98.7216	4.85460

Autovalores e inércia das duas dimensões (Linhas x Colunas): 5x5 Inércia total= Qui²=29,9581; GL=16; p=0.018;

Ao fazer a análise correspondência simples entre escolaridade e as restrições apresentadas pelos consumidores de carne de frango, na figura 4 podemos observar que as pessoas que possui o 2º grau responderam que o hormônio e o aspecto negativo da carne frango.

Figura 4. Nível de correspondência simples entre escolaridade: superior (S), superior incompleto (SI), segundo grau (2°), primeiro grau (1°), não alfabetizado (NA); aspectos negativos relacionados com consumo da carne de frango: hormônios (Horm.), preço (Preç.), sabor (Sab.), antibióticos (Ant.), Nenhum.



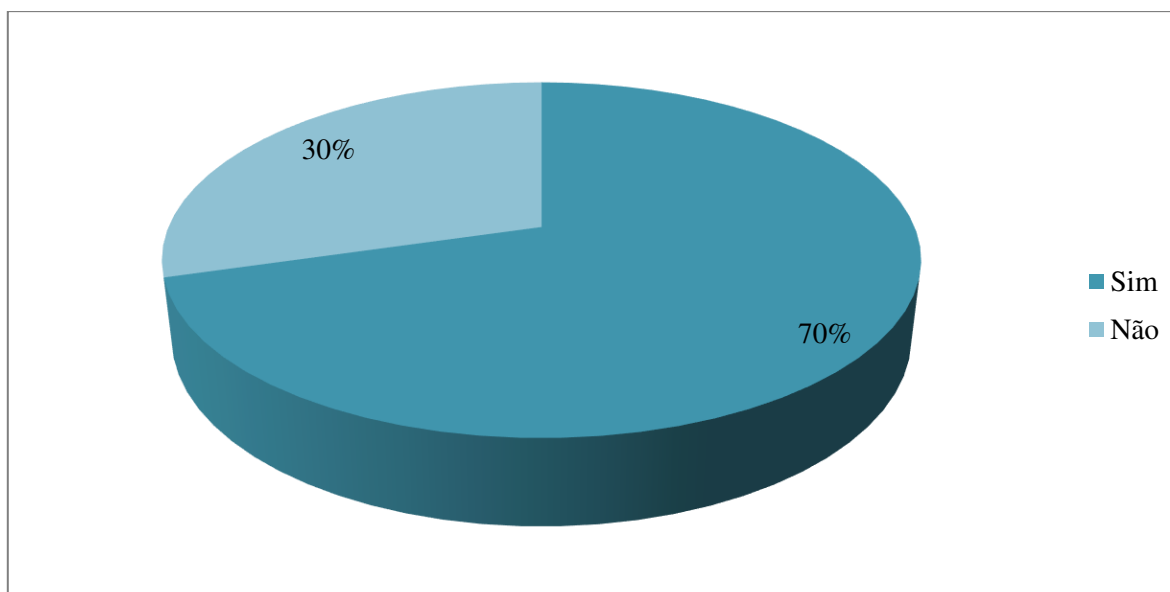
A UBABEF realizou uma pesquisa que revelou que 72% dos brasileiros acreditam que são utilizados hormônios na criação de frangos. Na avicultura o uso de hormônios na produção de aves é proibido no Brasil desde 2004, de acordo com uma norma do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), publicados em 2004, além disso, os hormônios de crescimento são proteínas e que se fossem administrada por via oral, seria decomposta no trato digestivo, como ocorre com todas as proteínas. E para estimular o desenvolvimento dos frangos, os hormônios deveriam ser administrados por via injetável e isso è praticamente inviável para o produtor (AVISITE, 2014). A presente pesquisa mostra que pessoas mesmo com o nível de escolaridade, mas com informações falsas, acreditam que possui a utilização de hormônios na criação de frangos.

As pessoas com o nível superior incompleto, responderam que o aspecto negativo da carne de frango era a presença de antibióticos, e as pessoas com ensino superior, por terem mais conhecimento, não houve correlação com nenhum dos aspectos negativos, por outro lado, consumidores com 1º grau atribuíram como aspecto negativo o preço, isso pode ocorrer devido a relação da baixa escolaridade com menor poder aquisitivo.

A pesquisa revelou ainda que, 70% dos entrevistados possuem o hábito de consumir bfrango caipira, e 30% não possuem o hábito de consumir esse tipo de frango (gráfico 5). Mendes et al. (2016), relataram que 50,32% dos consumidores no município de Janaúba-MG preferiram consumir o frango caipira quando comparado ao frango convencional, por motivos relacionados a aparência, sabor e valor nutritivo.

Vem crescendo a criação de frangos caipira, isso ocorre devido a pressão dos consumidores por alimentos teoricamente mais saudáveis e com menores concentrações de resíduos químicos (CAIRES et al. 2010; SANTOS et al. 2010). Os consumidores consomem a carne de frango caipira devido às características peculiares da carne caipira tem, como sabor, textura e alto valor nutritivo; mesmo que para isso paguem valores diferenciados pelo produto.

Gráfico 5 - Hábito de consumir frango caipira na cidade de Chapadinha no período de outubro e novembro de 2018.



Fonte: Elaborado pelo autor

6 CONCLUSÃO

Os consumidores do município de Chapadinda-MA têm maior consumo da carne de frango, seguida pela carne bovina.

Quanto à forma mais consumida, os consumidores preferem frango inteiro, e para os cortes nobres o peito e coxa são os mais consumidos. A maioria das pessoas entrevistadas afirma, com convicção, que se utilizam hormônios na criação dos frangos e a maior parte desses consumidores possui o hábito de consumir frango caipira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABPA. Associação Brasileira Proteína Animal. **Relatório Anual 2018**. Disponível em: <<http://abpa-br.com.br/setores/avicultura/publicacoes/relatorios-anuais>>. Acesso em 20 de Agosto de 2018.
- AGED- Agência Estadual de Defesa Agropecuária Maranhão. **Anuário 2016: ações da Aged para um Maranhão melhor para todos nós / Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Pesca**. Diretoria de Defesa Animal. p.51-53 . São Luís, 2017.
- AGUIAIS, E. G.; FIGUEIREDO, R. S. Correlação entre consumo de carne de frango e renda no Brasil (2002-2009). **Qualia: a ciência em movimento**, v. 1, n. 1, p. 64-77, 2015.
- ALBUQUERQUE, I. R. R.; GOIS, G. C.; CAMPOS, F. S.; SILVA, T. S. & MATIAS, A. G. S. 2017. Pesquisa de mercado: Hábitos de compra e consumo de carne em Senhor do Bonfim – Bahia. *Revista Eletrônica Nutritime*, 14, 5024-5209.
- ANUALPEC - **Anuário da Pecuária**, São Paulo, FTD, 2011.
- AVISITE- O Portal da Avicultura na Internet. **Carne de frango em 2016: produção por unidade federativa**. Disponível em: <<https://www.avisite.com.br/index?page=noticias&id=17820>> Acesso em: 20 de agosto de 2018.
- AVISITE- O Portal da Avicultura na Internet. **Consumo mundial de carne de frango em 2017, pelo USDA**. Disponível em: <<https://www.avisite.com.br/index.php?page=noticias&id=18365>>. Acesso em: 11 de outubro de 2018.
- BARCELLOS, M. D. Processo decisório de compra de carne bovina na cidade de Porto Alegre. 169 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5188/000422251.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 25 abr. 2019.
- BELUSSO, D.; HESPANHOL, A. N. **A evolução da avicultura industrial brasileira e seus efeitos territoriais**. *Revista Percurso – Nemo*, v. 2, n. 1, p. 25-51, 2010.
- BEZERRA, J. M. M.; NETO, A. C.; SILVA, L. P. G.; LUI, J. F.; RODRIGUES, A. E.; MARTINS, T. D. D. Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína na microrregião de Campina Grande, Estado da Paraíba. *Ciência Animal Brasileira*, v. 8, n. 3, p. 485-493, 2007.

BRANDÃO, F. S.; CEOLIN A.C.; CANOZZI, M. E. A.; RÉVILLION, J. P. P.; BARCELLOS J. O. J. Trust and added value on meat with geographic indication. **Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia**, v. 64, n. 2, p. 458-464, 2012.

CAIRES, C. M.; CARVALHO, A.P.; CAIRES, R. M. Criação alternativa de frangos de corte. **Revista Eletrônica Nutritime**, v. 7, n.2, p.1169-1174, março/abril, 2010.

CARROL J. D.; GREEN P. E.; SCHAFFER C. M. Interpoint distance comparisons in correspondence analysis. *J Marketing Res* 1986;23:271-80.

CHAMPREDONDE, M.; VITROLLES, D.; CASABIANCA, F.; CERDAN, C. **La Pampa como indicación geográfica para diferenciar carnes vacunas en Argentina y en Brasil: motivaciones y limitantes**. *Agroalimentar*, vol.20 n° 38; p. 35-52, janeiro-junho 2014.

CONAB. COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **Estimativa do escoamento das exportações do complexo soja e milho pelos portos nacionais safra 2016/2017** – v. 1 (2016-). - Brasília: Conab, 2016. Disponível em : <<http://www.conab.gov.br>>. Acesso em 11 de outubro de 2018.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. 951p.

ESPÍNDOLA, C. J. **A cadeia produtiva de frango de corte na América do Sul: considerações preliminares**. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 12, Montevideu, Uruguai, 2009. Anais. Montevideu, Uruguai, 2009. Disponível em: <<http://egal2009.easyplanners.info>> Acesso em: 11 de outubro de 2018

FERREIRA, G. S.; PINTO, M. F.; NETO, M. G.; PONSANO, E. H. G.; GONÇALVES, C. A.; BOSSOLANI, I. L. C.; PEREIRA, A. G. **Ajuste preciso do nível de energia na dieta de frangos de corte para controle do desempenho e da composição lipídica da carne**. *Ciência Rural*, v.45, n.1, 2015.

FIGUEIREDO JUNIOR, J. P.; GIVISIEZ, P. E. N.; SANTOS, E. G.; SANTANA, M. H. M.; OLIVEIRA, C. J. B.; SANTOS, T. S.; LIMA, D. F. F.. Caracterização do consumo e perfil do consumidor de frango da cidade de João Pessoa-PB. *Revista Agropecuária Técnica*, Areia-PB, v. 38, n. 3, p. 153-159, 2017.

GARCIA FILHO, F. L. C.; GOMES, E. R.; NUNES, O. O.; FILHO, J. B. L. **Projeto Cadastro de Fontes de Abastecimento por Água Subterrânea, estado do Maranhão: relatório diagnóstico do município de Chapadinha- Teresina**: CPRM - Serviço Geológico do Brasil, 2011. 31 p.: il.

FRANCISCO, D. C.; LOGUERCIO, A. P.; NASCIMENTO, V. P.; CAMARGO, L. Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre. *Ciência Rural*, v. 37, n. 1, p. 253-258, 2007.

GARVIN, D. A.; **Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva**, Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

IBGE-INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores do IBGE**: Estatística da produção pecuária, Junho 2017. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2380/epp_2017_1tri.pdf>. Acesso em 20 de setembro de 2018.

MARANHÃO. Governo do Estado do. **AVICULTURA**. 2015. Disponível em: <<http://www.seinc.ma.gov.br/areas-de-atuacao/avicultura/>>. Acesso em: 12 junho. 2018.

MARANHÃO. Governo do Estado do. **MAIS PRODUÇÃO**. 2015a. Disponível em: <<http://www.sagrima.ma.gov.br/2016/09/27/mais-producao/>>. Acesso em: 15 abr. 2019.

MARANHÃO. Governo do Estado do. **Com incentivo do estado produção de frangos cresce no Maranhão 2016**. Disponível em: <<http://www.ma.gov.br/agenciadenoticias/desenvolvimento/com-incentivos-do-estado-producao-de-frangos-no-maranhao-cresce-a-passos-largos> >. Acesso em: 15 abr. 2019.

MARANHÃO. Governo do Estado do. **Investimento na avicultura possibilita a criação de três polos especializados 2016a**. Disponível em: <<http://www.ma.gov.br/agenciadenoticias/desenvolvimento/investimentos-na-avicultura-possibilita-a-criacao-de-tres-polos-especializados> >. Acesso em: 15 abr. 2019.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

MENDES, L. J.; ALMEIDA MOURA, M. M.; MACIEL, M. P.; REIS S. T.; SILVA, V. G.; SILVA, D. B.; SANTANA DE MOURA V. H.; ALVES MENESES I. M.; SAMPAIO SAID J. L. Perfil do consumidor de ovos e carne de frango do município de Janaúba-MG. *ARS Veterinária*, v. 32, n. 1, p.81-87, 2016.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Brasil Projeções do agronegócio 2015/2016 a 2025/2026**. Projeções do Agronegócio, 2016.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Brasil Projeções do agronegócio 2015/2016 a 2025/2026**. Projeções do Agronegócio, 2016.

MOURA, L. E. L.; SOUKI, G. Q.; MOURA, L. R.C.; CUNHA, N. R. S.; CARVALHO LIMA, A. A. T. F. **A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR ACERCA DOS ATRIBUTOS DA CARNE SUÍNA: UM ESTUDO COM ALUNOS DE UMA IES**. *Informe GEPEC*, [S.l.], v. 13, n. 2, p. 37-53, dez. 2009. ISSN 1679-415X. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/gepec/article/view/2317>>. Acesso em: 25 agosto 2018.

OLIVEIRA, A. P.; MENDES, F. B. L.; FERREIRA, M. R.; SANTANA JUNIOR, H. A.; SANTOS, M. S.; BRITO, J. M. Caracterização do consumidor de carne de frango em Júlio Borges-PI. **Revista Científica de Produção Animal**, v. 17, n. 2, p. 129-141, 2015.

RAIMUNDO, L. M. B. **Comportamento do Consumidor de Alimentos: Uma análise do consumo de carnes em São Paulo**. 170 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Departamento de Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2013.

RAIMUNDO, L. M. B. **Comportamento do consumidor de alimentos: uma análise do consumo de carnes em São Paulo**. São Carlos: UFSCar. Dissertação (Mestrado) Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2013.

RODRIGUES, M. R. A.; TORRES M. C. S.; FILHO J. M.; LOBATO. D. M. **Estratégia de empresas**. 9.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009. 528p.

SANTOS, M. J. B.; PANDORFI, H.; ALMEIDA, G. L. P.; MORRIL, W. B.; PEDROSA, E. M. R.; GUISELINI, C. Comportamento bioclimático de frangos de corte caipira em piquetes enriquecidos. **Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental**, v.14, n.5, p.554-560, 2010.

SARCINELLI M. F.; VENTURINI K. S.; SILVA L. C. **Processamento da carne de frango**. UFES. 2007. Disponível em: . Acessado em: 23 abr. 2019.

SILVA, J. A. **Apostila de Controle da Qualidade I**. Juiz de Fora: UFJF, 2006.

SILVA, L. M.; LIMA FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L. **Perfil dos consumidores de carne de frango: um estudo de caso na cidade de Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul**. Informações Econômicas, v 37, 2007.

SILVA, L. M.; MENDONÇA, P. S. M. Fatores que influenciam o consumo da carne de frango: saúde e preço. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 2005, Ribeirão Preto, **Anais...SOBER**, 2005.

SOUKI, G. Q; SALAZAR, G. T.; ANTONIALLI, L. ma. **Atributos que afetam a decisão de compra dos consumidores de carne bovina**.O.R. & A. Revista de Administração da UFLA. v. 5, n. 2, p.63 jul./dez 2003.

TONI, D.; RECHE, R. A.; LORENTIS, F.; MILAN, G. S. **Influência da imagem e percepção de valor na intenção de compra de carne de frango: um estudo quantitativo**. Race, v. 14, n. 3, p. 1005-1034, 2015.

UNITED STATES DEPARTAMENT OF AGRICULTURE – USDA. **Livestock and Poultry: World Markets and Trade. Production and Trade of All Meats to Expand in 2016**. Disponível em: <http://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf>. Acesso em: 10 de junho de 2018.

USDA. Foreign Agricultural Service. Disponível em: <https://www.fas.usda.gov/>. Acesso em: 12 de junho de 2018.

VENTURINI, K. S.; SARCINELLI, M. F.; SILVA, L. C. **Características da Carne de Frango. Universidade Federal do Espírito Santo – UFES**, 2007. Boletim Técnico - PIEUFES:01307.

7 APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

1) Qual o seu sexo?

a- () masculino

b- () feminino

2) Qual a sua idade?

a- () menor que 15 anos

b- () 15 a 30 anos

c- () 30 a 45 anos

d- () 45 a 60 anos

e- () 60 a 75 anos

f- () acima de 75 anos

3) Qual a renda mensal da sua família?

a- () menor que 1 salário mínimo

b- () maior que 1 até 3 salários mínimo

c- () maior que 3 até 5 salários mínimo

d- () maior que 5 até 8 salários mínimo

e- () maior que 8 até 13 salários mínimos

f- () maior que 13 até 19 salários mínimos

g- () acima de 19 salários mínimos

4) Qual o nível de escolaridade?

a- () superior

b- () superior incompleto

c- () 2º grau

d- () 1º grau

e- () não alfabetizado

5) Qual a carne mais consumida na sua casa durante o ano?

a- () boi

b- () frango

c- () porco

d- () bode

e- () carneiro

f- () peixe

g- () outros

6) Qual o motivo?

a- () preço

b- () sabor

c- () valor nutritivo (saúde)

d- () religião

e- () disponibilidade

f- () costume

g- () outros

7) Com relação a carne de frango, qual a forma mais consumida na sua casa?

a- () frango inteiro

b- () em partes (coxa, asa, etc)

c- () miúdos

d- () embutidos (salsicha, empanado, nuggets, etc)

8) Qual o motivo?

a- () preço

b- () sabor

c- () valor nutritivo

d- () disponibilidade

e- () facilidade (preparo)

f- () costume

g- () outros

9) Com relação as partes do frango, qual a mais consumida na sua casa?

- a- peito
- b- coxa
- c- sobrecoxa
- d- asa
- e- dorso
- f- outras

10) Qual o motivo?

- a- preço
- b- sabor
- c- valor nutritivo

d- costume

e- outros

11) Quais as restrições da carne de frango?

- a- presença de hormônios
- b- preço
- c- sabor
- d- presença de antibióticos

12) Possui o hábito de consumir frango caipira?

- a- sim
- b- não