

AVALIAÇÃO DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE DE FRANGO NO MUNICÍPIO DE ARAÇATUBA – SP

ASSESSMENT OF CHICKEN MEAT CONSUMER PROFILE IN ARAÇATUBA- SP

Iderlipes Luiz Carvalho Bossolani¹

Diego Augusto Bitencourt²

Marcos Franke Pinto³

RESUMO

O Brasil é, atualmente, o maior exportador mundial de carne de frango, mas a manutenção dessa posição no mercado internacional exige uma constante evolução. Na busca pela melhoria da qualidade, é essencial conhecer o público consumidor, pois a qualidade traduz-se como o atendimento das expectativas dos consumidores. Assim, este trabalho teve por objetivo estudar o perfil do consumidor de carne de frango, a fim de gerar informações que possam orientar o setor produtivo na busca de qualidade e competitividade. Foram aplicados 482 questionários, que foram preenchidos manualmente ou enviados via e-mail pelos entrevistados. O questionário era composto por perguntas relacionadas à identificação dos consumidores; aos seus hábitos de consumo; seu conhecimento sobre os aspectos sanitários, sistemas de produção e bem-estar animal; sustentabilidade e sua opinião sobre a aparência do produto. Dos entrevistados, 62% dos consumidores foram mulheres, em sua maioria apresentando de 20 a 50 anos e 50% do total de entrevistados declararam renda entre R\$ 1000,00 e R\$ 5000,00. A maioria dos entrevistados prefere carne bovina, a carne de frango ficou empatada com a carne suína como a segunda mais consumida. Do total de entrevistados apenas 2% não gostam da carne de frango. A maioria dos consumidores (66,66%) costumam comprar peito e coxa com sobre-coxa, e somente 11,11% compram o frangos inteiros. Mais de 60% dos entrevistados já consumiram frango caipira, mas a maioria (88,88%) costuma consumir frango de granja. Cerca de 75% dos consumidores acreditam que é utilizado hormônio na produção do frango de granja. Mais de 80% das pessoas observa o prazo de validade durante a compra do produto, porém apenas 55% delas verificam se o produto possui o carimbo de inspeção sanitária oficial. A cor e a aparência do produto são os fatores mais importantes na decisão de compra do consumidor. A quantidade de água na bandeja é um fator de rejeição para 88% dos entrevistados. A maioria (66%) prefere carne mais clara. Somente 27% dos entrevistados acreditam que a produção de carne de frango causa impacto ambiental, 48% relataram não saber o significado de bem-estar animal e mais da metade dos entrevistados responderam que não pensam nesta definição antes de consumir qualquer tipo de carne. Com esses resultados, é possível concluir que qualquer iniciativa visando melhorar a qualidade do produto, principalmente nos aspectos de sustentabilidade e bem-estar animal, deve ser acompanhada de campanhas de esclarecimento dos consumidores.

Palavras-chave: carne de frango, consumidor, perfil de consumo.

Auxílio Financeiro: CNPq (115158/2011-1).

¹Graduando da Faculdade de Medicina Veterinária (FMVA), UNESP, Araçatuba, SP.

²Mestre em Ciência Animal pela Faculdade de Medicina Veterinária (FMVA), UNESP, Araçatuba, SP.

³Professor Adjunto do Departamento de Apoio, Produção e Saúde Animal (DAPSA) da Faculdade de Medicina Veterinária (FMVA), UNESP, Araçatuba, SP.