

## **Perfil dos consumidores de carne de frango da cidade de Salgueiro - PE – Brasil**

**Profile of chicken meat consumers in the city of Salgueiro - PE - Brazil**

**Perfil de los consumidores de carne de pollo en la ciudad de Salgueiro - PE – Brasil**

Recebido: 04/08/2022 | Revisado: 21/08/2022 | Aceito: 07/09/2022 | Publicado: 15/09/2022

### **Willyane de Souza Santos**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7614-8170>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [willyanesouza97@gmail.com](mailto:willyanesouza97@gmail.com)

### **Adiel Vieira de Lima**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2796-1675>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [adiel1205@hotmail.com](mailto:adiel1205@hotmail.com)

### **Carlos Henrique do Nascimento**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9355-7657>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [henrike9@hotmail.com](mailto:henrike9@hotmail.com)

### **Luana da Silva Cordeiro**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4617-5781>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [luanacordeirosilva97@gmail.com](mailto:luanacordeirosilva97@gmail.com)

### **Bruna dos Santos Souza**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6685-1703>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [souza.brusbs@gmail.com](mailto:souza.brusbs@gmail.com)

### **Maria Isabelly Leite Maia**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7334-3026>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [isabelymaia12@gmail.com](mailto:isabelymaia12@gmail.com)

### **Delfino Isac Belarmino Afo**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7469-3389>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [delfinoisac.fo@gmail.com](mailto:delfinoisac.fo@gmail.com)

### **Max Chateaubriand Azevedo**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4084-6601>  
Universidade Federal Rural da Paraíba, Brasil  
E-mail: [maxazevedo@hotmail.com](mailto:maxazevedo@hotmail.com)

### **Hemerson Johnson Xavier de Assis**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4082-0305>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [hemersonxavier1@gmail.com](mailto:hemersonxavier1@gmail.com)

### **Péricles de Farias Borges**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3585-1342>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [pericles@cca.ufpb.br](mailto:pericles@cca.ufpb.br)

### **Lázaro de Souto Araújo**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6398-7533>  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [lazaro.souto@hotmail.com](mailto:lazaro.souto@hotmail.com)

### **Resumo**

O Brasil apresenta grande potencialidade na produção de carne de frango e é um grande destaque internacional nas exportações dessa proteína. Dentro da agropecuária nacional é classificada como uma das atividades mais bem consolidadas, devido a precariedade de informações sobre comercialização e consumo local da carne de frango o presente estudo apresenta como objetivo a caracterização do consumo e do consumidor na cidade de Salgueiro no estado do Pernambuco. A pesquisa ocorreu no município de Salgueiro-PE, foi usado o método de pesquisa “survey” para coleta das informações da pesquisa com a resolução de questionário, o questionário era composto de perguntas abertas e fechadas e os entrevistados foram selecionados aleatoriamente no estabelecimento de compra. Foram aplicados 364 questionários no período de 19 a 25 de agosto de 2019. Após a coleta de dados, os mesmos foram destinados e convertidos em planilha do programa Excel, que depois de ordenados mediante as construções matemáticas e comparativas, os resultados ficaram apresentados na forma de tabelas e gráficos. Posteriormente, na segunda etapa, os dados foram submetidos aos testes de correlação sendo descritos em gráficos com o software

estatístico R Core Team (2022), para a determinação da relação entre dependência de variáveis. A presente pesquisa demonstra uma maior porcentagem dos entrevistados de mulheres (60,40%), sendo que do público entrevistado 26,11% tinham idade de 20 a 25 anos, do total de entrevistados 97,8% afirmam que consomem carne de frango, os que não se alimentam dessa proteína afirmam que o motivo é pelo fato de acreditar no uso de hormônios na dieta dos frangos ou simplesmente por não apreciarem essa carne, 48,9% consomem a proteína do frango diariamente, peito e coxa são os cortes mais consumidos pela comunidade local apresentado para ambos um percentual de consumo igual a 26,7% dos entrevistados. Pode-se concluir que o município de Salgueiro-PE possui potencialidades para o mercado de carne de frango comercial, uma vez que seu consumo demonstrou ser bastante expressivo.

**Palavras-chave:** Avicultura; Consumo; Proteína animal.

### Abstract

Brazil has great potential in the production of chicken meat and is a great international highlight in exports of this protein. Within the national agriculture, it is classified as one of the best consolidated activities, due to the precariousness of information on commercialization and local consumption of chicken meat, the present study aims to characterize consumption and consumer in the city of Salgueiro in the state of Pernambuco. The research took place in the municipality of Salgueiro-PE, the "survey" research method was used to collect the research information with the resolution of the questionnaire, the questionnaire was composed of open and closed questions and the interviewees were randomly selected at the purchase establishment. . A total of 364 questionnaires were applied from August 19 to 25, 2019. After data collection, they were destined and converted into an Excel spreadsheet, which after being sorted through the mathematical and comparative constructions, the results were presented in the form of tables and graphs. Subsequently, in the second stage, the data were submitted to correlation tests being described in graphs with the statistical software R Core Team (2022), to determine the relationship between dependence on variables. The present research shows a higher percentage of women interviewed (60.40%), and 26.11% of the interviewed public were aged between 20 and 25 years old, of the total number of interviewees 97.8% say they consume chicken meat, those who do not eat this protein say that the reason is because they believe in the use of hormones in the diet of chickens or simply because they do not enjoy this meat, 48.9% consume chicken protein daily, breast and thigh are the most popular cuts. consumed by the local community presented for both a percentage of consumption equal to 26.7% of the interviewees. It can be concluded that the municipality of Salgueiro-PE has potential for the commercial chicken meat market, since its consumption has shown to be quite expressive.

**Keywords:** Poultry; Consumption; Animal protein.

### Resumen

Brasil tiene un gran potencial en la producción de carne de pollo y es un gran destaque internacional en las exportaciones de esta proteína. Dentro de la agricultura nacional, es catalogada como una de las actividades mejor consolidadas, debido a la precariedad de informaciones sobre la comercialización y consumo local de carne de pollo, el presente estudio tiene como objetivo caracterizar el consumo y consumidor en la ciudad de Salgueiro en el estado de Pernambuco . La investigación se llevó a cabo en el municipio de Salgueiro-PE, se utilizó el método de investigación "encuesta" para recolectar la información de la investigación con la resolución del cuestionario, el cuestionario estuvo compuesto por preguntas abiertas y cerradas y los entrevistados fueron seleccionados aleatoriamente en la compra. establecimiento. . Se aplicaron 364 cuestionarios en el periodo del 19 al 25 de agosto de 2019. Luego de la recolección de datos, se destinó y convirtió a una hoja de cálculo de Excel, que luego de ser ordenada a través de las construcciones matemáticas y comparativas, los resultados se presentaron en forma de tablas y gráficos Posteriormente, en la segunda etapa, los datos fueron sometidos a pruebas de correlación describiéndose en gráficos con el software estadístico R Core Team (2022), para determinar la relación de dependencia de las variables. La presente investigación muestra un mayor porcentaje de mujeres entrevistadas (60,40%), y el 26,11% del público entrevistado tenía entre 20 y 25 años, del total de entrevistados el 97,8% dice consumir carne de pollo, los que no comen esta proteína dicen que la razón es porque creen en el uso de hormonas en la dieta de los pollos o simplemente porque no disfrutaban de esta carne, el 48,9% consume diariamente proteína de pollo, la pechuga y el muslo son los cortes más consumidos por los locales. comunidad presentó para ambos un porcentaje de consumo igual al 26,7% de los entrevistados. Se puede concluir que el municipio de Salgueiro-PE tiene potencial para el mercado comercial de carne de pollo, ya que su consumo se ha mostrado bastante expresivo.

**Palabras clave:** Avicultura; Consumo; Proteína animal.

## 1. Introdução

A avicultura brasileira vem sendo considerada uma das atividades agropecuárias mais desenvolvidas do mundo, liderando na exportação, produção e qualidade de proteína animal. A busca por alimentos saudáveis, com qualidade e características sensoriais diferenciadas tem levado os consumidores a demandar cada vez mais produtos no mercado, incluindo produtos de origem animal, assim como a carne de frango. Além da maior exigência de qualidade dos alimentos, os

consumidores estão mais preocupados com o impacto da produção agropecuária para o meio ambiente. Dessa forma, foram desenvolvidos sistemas alternativos para a produção de frangos de corte, como caipira, natural e orgânico, que se destinam a atender o segmento de consumidores que consomem preferencialmente esses frangos. Os consumidores estão cada dia mais atentos, buscando produtos com características que atendam às suas expectativas, sejam elas no âmbito econômico, apontando o preço e a qualidade, ou na busca por produtos considerados mais saudáveis. Portanto, compreender as preferências e comportamentos dos indivíduos que irão adquirir o produto final é essencial para o desenvolvimento do sistema de produção, pois eles são os potenciais consumidores desta carne, e assim determinam os nichos de mercado para distribuição dos produtos (Felisbino, 2019).

O frango é uma das carnes mais consumidas no mundo, e dentre as principais características que favorecem o consumo, destacam-se: preço, disponibilidade no mercado consumidor, segurança da procedência da carne, preocupação com a saúde através da busca por um produto mais saudável. Além disso, não impõe restrições religiosas ou culturais ao consumo, além das práticas no preparo e a busca por cortes da carne tem se destacado. O frango é classificado como um alimento saudável e pode ser consumido por pessoas de todas as idades por ser rico em proteínas de alta qualidade. O frango é rico em aminoácidos essenciais e é uma importante fonte de proteína com bom valor biológico em comparação com outras carnes (Venturini et al., 2007).

Além disso, a carne de frango vem sendo bastante recomendada por médicos e nutricionistas, principalmente para pessoas com risco cardiovascular, onde podem optar pelo frango sem pele, pois possui baixo índice de colesterol. De acordo com Francisco et al. (2007), o marketing da avicultura nacional passou por várias fases, juntamente com a mudança de perfil do consumidor que estão cada vez mais exigentes em relação à qualidade e inocuidade dos produtos alimentícios que adquirem para consumo, pois estão cada vez mais preocupados com a saúde. Segundo Brisola e Castro (2005), compreender os atributos que compõem as preferências dos consumidores tem sido uma importante área de pesquisa, auxiliando as empresas a desenvolverem estratégias para garantir a competitividade e sustentabilidade das cadeias produtivas. Dada a importância do mercado de consumo em diferentes setores agropecuários e a carência de informações relacionadas à comercialização do produto em determinadas regiões do Brasil, este estudo objetiva caracterizar o consumo e o perfil do consumidor da carne de frango na cidade de Salgueiro – PE.

## 2. Metodologia

A pesquisa foi realizada no município de Salgueiro-PE, localizado nas coordenadas 39° 07' 09" N e 08° 04' 27" S da linha do Equador, situa-se a uma altitude de 420 metros da linha do mar e ocupa uma área de 1733,7 km<sup>2</sup> censo (IBGE., 2016).

Utilizou-se o método denominado “survey”, a qual é utilizada para a obtenção de informações por intermédio de uma entrevista com os participantes. As perguntas foram feitas por meio da aplicação de questionário estruturado para obter padronização do processo de coleta de dados (Malhotra, 2001). Os questionários posteriormente aplicados foram estruturados em perguntas abertas e fechadas e assim direcionado aos clientes dos estabelecimentos vinculados a pesquisa.

A primeira etapa da pesquisa consistiu-se na estruturação do questionário levando em consideração as informações que seriam necessárias para caracterização dos entrevistados e suas opiniões a respeito do tema em questão. Foram aplicados 364 questionários no período de 19 a 25 de agosto de 2019, onde as escolhas dos consumidores selecionados, para responder as perguntas, foram aleatórias. Após a coleta de dados, o mesmo foi destinado e convertidos em planilha do programa Excel, que depois de ordenados mediante as construções matemáticas e comparativas, os resultados ficaram apresentados na forma de tabelas e gráficos. Posteriormente na segunda etapa, os dados foram submetidos aos testes de correlação sendo descritos em gráficos com o software estatístico R Core Team (2022), para a determinação da relação entre dependência de variáveis.

### 3. Resultados e Discussão

A amostra pesquisada constituiu-se de 60,44% mulheres e 39,56% homens, sendo que 10,98% apresentaram idade de até 20 anos; 26,11% de 20 a 25 anos; 16,62% de 26 a 30 anos; 11,87% de 31 a 35 anos; 5,93% de 36 a 40 anos; 8,31% de 41 a 45 anos; 7,12% de 46 a 50 anos; 5,93% de 51 a 55 anos; 3,56% de 56 a 60 anos e 3,56% acima de 60 anos de idade. Registrou-se, portanto, uma distribuição bastante heterogênea, sendo possível obter opiniões de um número representativo de pessoas de idades diferentes e de perfil socioeconômico diversificado (Tabela 1).

**Tabela 1** - Perfil socioeconômico dos consumidores do município de Salgueiro – PE.

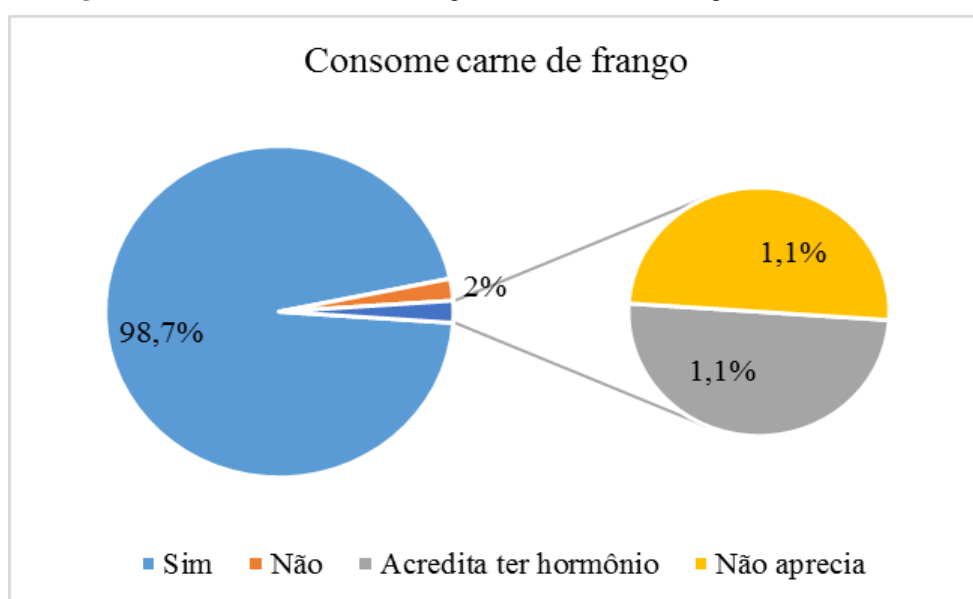
<b>Variáveis</b>	<b>Valor absoluto</b>	<b>Valor relativo (%)</b>
<b>Gênero do Consumidor</b>	<b>Nº</b>	<b>Total %</b>
Masculino	144	39,56
Feminino	220	60,44
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100,00</b>
<b>Idade do Consumidor</b>		
Menos de 20 anos	37	10,98
20 a 25 anos	88	26,11
26 a 30 anos	56	16,62
31 a 35 anos	40	11,87
36 a 40 anos	20	5,93
41 a 45 anos	28	8,31
46 a 50 anos	24	7,12
51 a 55 anos	20	5,93
56 a 60 anos	12	3,56
Acima de 60 anos	12	3,56
<b>Total</b>	<b>337</b>	<b>100,00</b>
<b>Grau de Escolaridade</b>		
Analfabeto	12	3,30
Ensino Fundamental Incompleto	60	16,48
Ensino fundamental completo	28	7,69
Ensino Médio Incompleto	28	7,69
Ensino Médio completo	132	36,26
Ensino Superior Incompleto	32	8,79
Ensino Superior Completo	72	19,78
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100,00</b>
<b>Estado Civil</b>		
Casado	128	35,16
Solteiro	204	56,04
Divorciado	24	6,59
Viúvo	8	2,20
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100,00</b>
<b>Renda Familiar</b>		
Até 1 SM	100	26,5
De 1 a 2 SM	44	19,9
De 2 a 3 SM	150	30,0
De 3 a 4 SM	60	17,7
Acima de 4 SM	10	5,5
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Autores.

Dentre os entrevistados, 16,48% possuem ensino fundamental incompleto; 7,69% concluíram o ensino fundamental; 7,69% têm ensino médio incompleto; 36,26% ensino médio completo; 8,79% ensino superior incompleto e 19,78% ensino superior completo.

Com relação à renda familiar, a maioria dos entrevistados (26,5%) recebia até um salário mínimo, 19,9% recebiam de um a dois, 30,0% de dois a três, 17,7 de três a quatro e acima de quatro salários mínimos o percentual foi de 5,5%. Nesse sentido, o estudo constatou que o nível de participação das pessoas com renda familiar de um a dois salários mínimos está relacionado ao seu nível de escolaridade. O perfil dos consumidores analisados confirma que as pessoas com menores rendas tendem a fazer compras com maior frequência, principalmente compras semanais, o que difere do comportamento das pessoas com maiores rendimentos familiares. Pode-se observar também que a maioria dos entrevistados possui um estado civil solteiro, correspondendo a (56,04%), casado (35,16%), divorciado (6,59%) e viúvo (2,20%). Quando os entrevistados foram questionados sobre o consumo da carne de frango, 97,80% responderam que sim, 1,10% acreditam ter hormônios, e apenas 1,10% responderam que não apreciam a carne de frango (Figura 1).

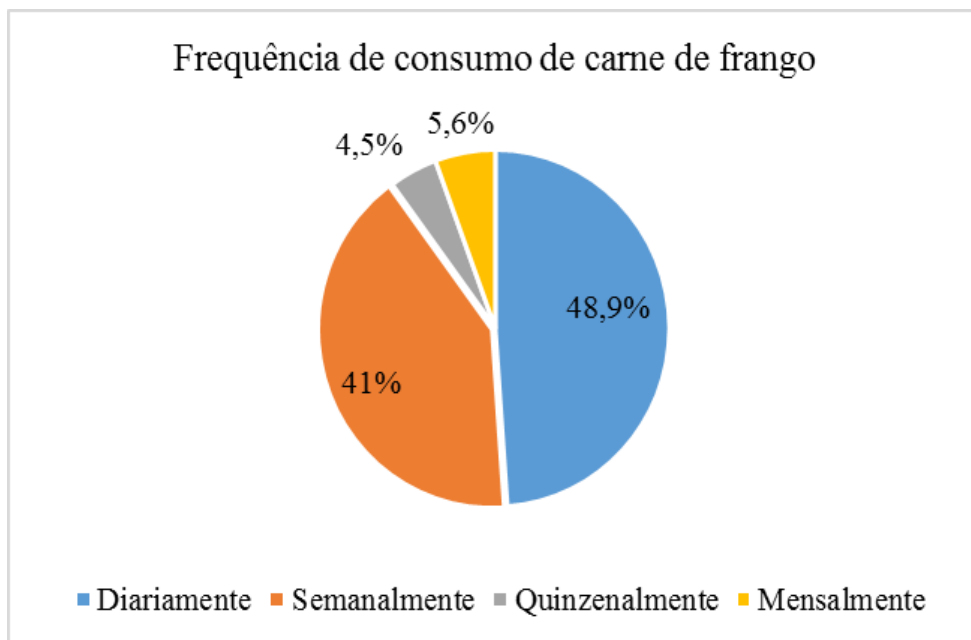
**Figura 1:** Consumo da carne de frango dos moradores de Salgueiro – PE.



Fonte: Autores.

Em relação a frequência do consumo da carne de frango, (48,9%) disseram que consome diariamente, (41,0%) semanalmente, (5,6%) quinzenalmente e apenas (4,5%) mensalmente (Figura 2). Ao analisar as respostas dos entrevistados, pode-se perceber que a grande maioria consome carne de frango, porém uma pequena parcela consome mensalmente. Resultados semelhantes foram observados por Garcia et al (2017), em Aquidauana – MS, onde grande parte dos entrevistados consomem esse produto em média três vezes por semana.

**Figura 2:** Frequência de consumo de carne de frango dos moradores de Salgueiro – PE.



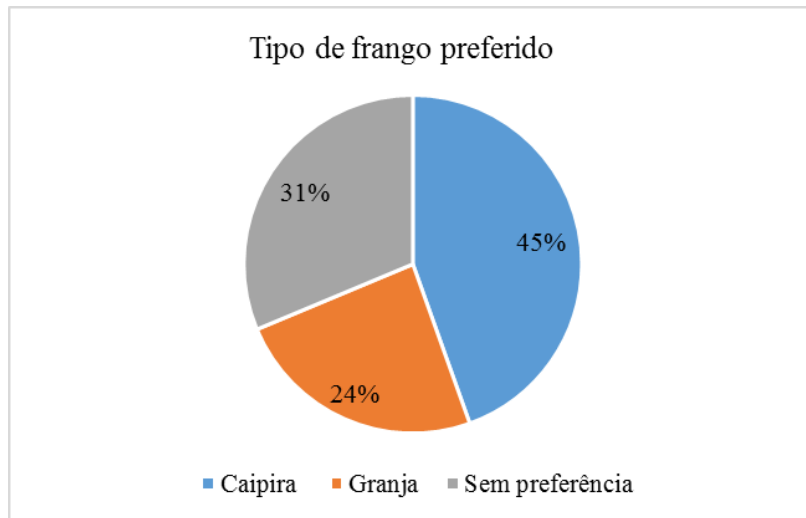
Fonte: Autores.

Quando foi questionado o motivo da frequência de consumir a carne de frango (Figura 3), (31,5%) disseram que é por costume, (31,5%) relataram que a causa de consumo é o sabor, (22,5%) afirmaram que é por conta do preço, (9,0%) relacionaram o consumo a facilidade do preparo, (4,5%) associaram a saúde devido a um menor percentual de colesterol e uma pequena parcela (1,1%) disseram que é por conta da merenda escolar.

Contudo, a carne de frango vem sendo uma das carnes mais consumidas no Brasil, devido do seu alto valor nutricional e baixo preço. No Brasil, a carne de frango vem mostrando um crescimento muito relevante nos últimos anos, tanto em consumo como em produção e exportação (Lima et al., 2020).

Referente à pergunta "Prefere qual tipo de frango?" (Figura 3A), (44,4%) preferem caipira, (31,2%) não tem preferência e (24,4%) preferem de granja. Em análise do motivo da preferência do tipo de frango (Figura 3B), (41,6%) relataram que é por causa dos nutrientes, (33,7) afirmaram que é por causa do preço e (24,7%) disseram que é pela aparência. Diante dos resultados, é possível perceber que grande parte dos entrevistados preferem o frango caipira por conta dos nutrientes. Isso implica dizer que a procura por produtos do tipo caipira no mercado é explicada pelo fato das pessoas procurarem produtos mais saudáveis e produzidos em sistemas menos intensivos com o mínimo estresse para os animais (Fanatico et al., 2008).

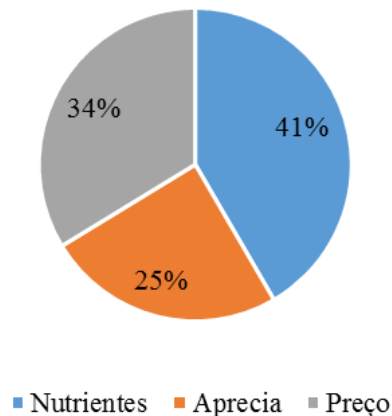
**Figura 3A:** Preferência de tipo de frango pelos moradores do município de Salgueiro – PE



Fonte: Autores.

**Figura 3B:** Motivo da preferência ao tipo de frango dos moradores do município de Salgueiro – PE.

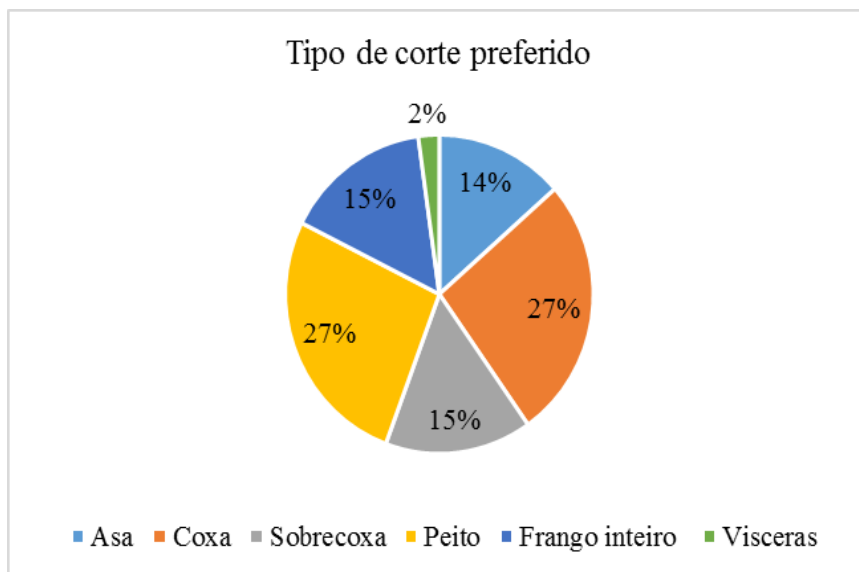
#### Motivo pela preferência



Fonte: Autores.

Os entrevistados da cidade de Salgueiro – PE foram questionados sobre o tipo de corte que mais lhes agrada (Figura 4), e foi possível observar que (26,7%) preferem coxa, outros (26,7%) têm uma preferência por peito, (15,4%) o frango inteiro, (15,4%) sobrecoxa, (13,5%) asa e apenas (2,2%) preferem as vísceras. O tipo de preferência de carne de frango mais consumida vai alterando de frango inteiro para os cortes, motivo este que está associado às relações socioeconômicas (Francisco et al., 2007). Em contraste, Oliveira et al (2015) ressaltam que o consumidor tem preferência ao frango inteiro em relação as outras partes (coxa, asa, peito, miúdo), isso acontece em função de que o frango inteiro tem maior rendimento de carcaça.

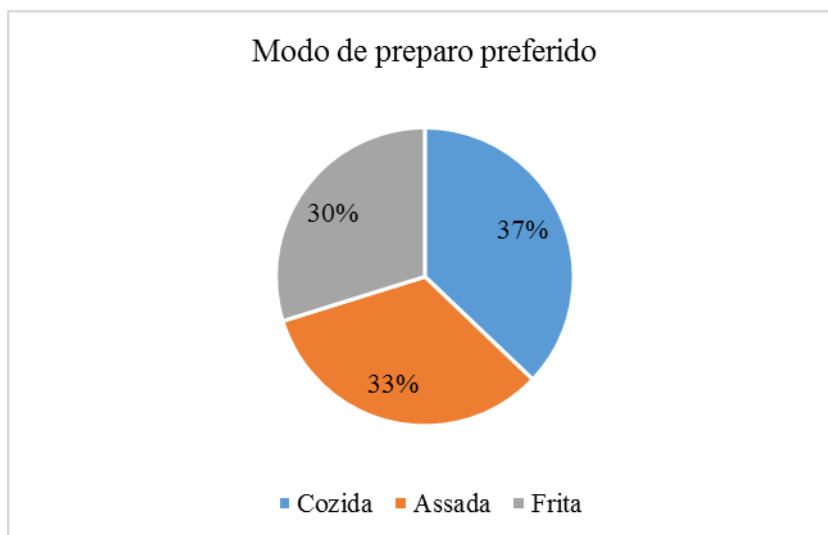
**Figura 4:** Preferência pelo tipo de corte entre os moradores do município de Salgueiro – PE.



Fonte: Autores.

Em relação ao modo de preparo (Figura 5), (37,1%) preferem o frango cozido, (33,1%) assado e (29,8%) preferem frito. Porém, Lima et al (2020) encontraram resultados diferentes em sua pesquisa, onde (45,25%) dos entrevistados de Capanema afirmaram ter preferência em assar na brasa, seguida na forma de guisado (31,50%), uma parcela (12,50%) preferem na forma de fritura, (8%) assada no forno e apenas (2,75%) não tem preferência.

**Figura 5:** Preferência de modo de preparo da carne entre os moradores do município de Salgueiro – PE.



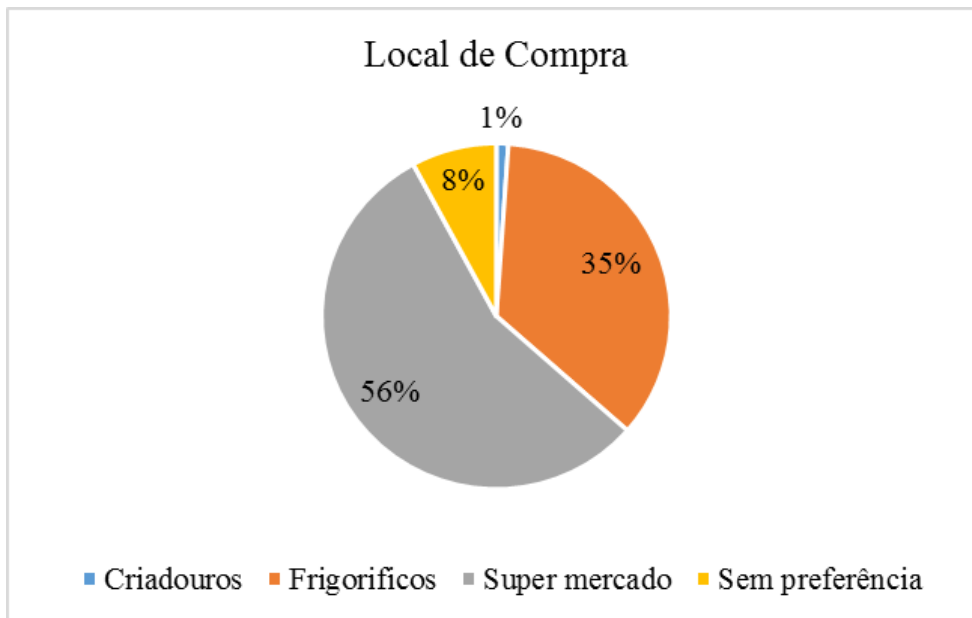
Fonte: Autores.

Quando indagados onde eles preferem comprar (Figura 6), mais da metade preferem em supermercados (55,6%), sendo que (35,4%) preferem em frigoríficos, (7,9%) não tem preferência e apenas uma pequena parcela (1,1%) preferem comprar em criadouros. Diante dos resultados, é possível perceber que grande parte dos consumidores preferem adquirir a carne de frango em supermercados, isso implica dizer que os consumidores pesquisados apresentam dependência de supermercados, por terem mais facilidade de encontrar diversas opções de carnes e outros tipos de produtos em um só lugar.



Esse resultado corrobora com o de Lima (2018), onde verificaram que o supermercado é o local mais procurado para compra em três municípios do Paraná (Londrina, Maringá e Campo Mourão).

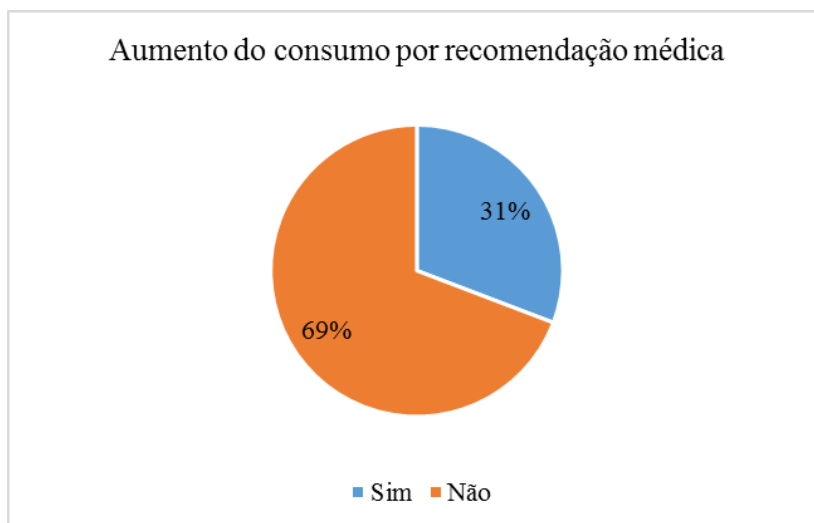
**Figura 6:** Preferência pelo local de compra entre os moradores do município de Salgueiro – PE.



Fonte: Autores.

Em relação se os entrevistados tiveram um aumento de consumo de carne de frango por recomendação médica (Figura 7), mais da metade dos respondentes disseram que não (69,2%) e (30,8%) relataram que sim. Referente à pergunta “visualiza com frequência propaganda de incentivo ao consumo de carne de frango?”, (52,7%) disseram que não e (47,3%) relataram que sim.

**Figura 7:** Aumento do consumo de carne de frango por recomendação médica entre os moradores do município de Salgueiro – PE.



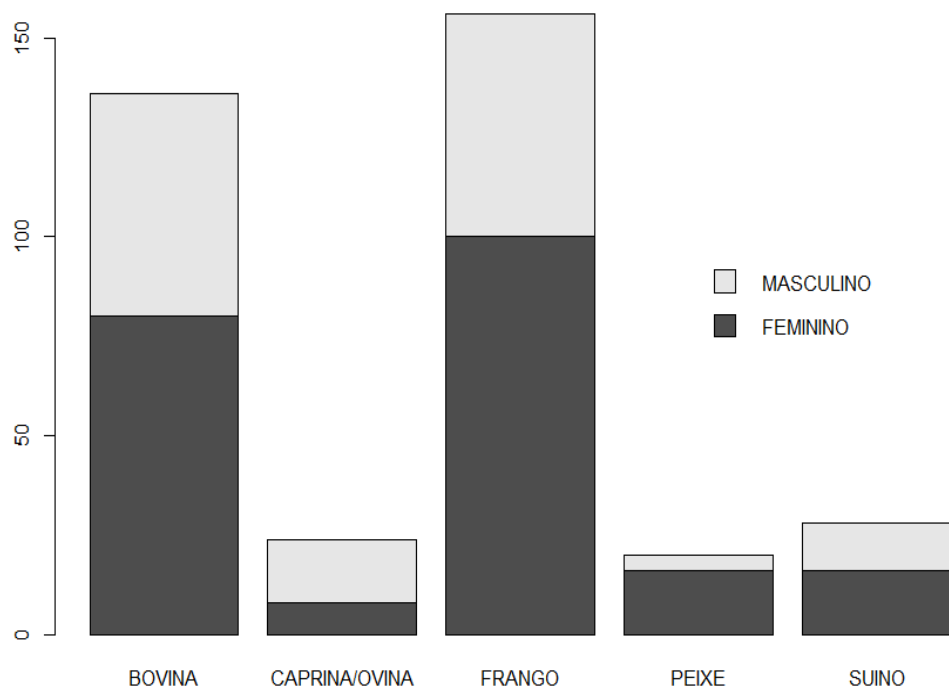
Fonte: Autores.

No que diz respeito ao aumento do consumo de carne de frango por recomendação médica, os (30,8%) que afirmou que sim, vem ainda mais evidenciar o maior valor qualitativo da carne do frango em relação às carnes vermelhas no atendimento a certas anormalidades orgânicas. Em comparação com as carnes vermelhas, a carne de frango contém menores quantidades de calorias (cerca de 160 em 100 gramas de file), menor quantidade de colesterol (em carne sem a pele) o que pode resultar em maiores recomendações médica em comparação com as carnes vermelhas, para grupos específicos de indivíduos.

Na segunda etapa da pesquisa, as relações que influenciam o consumo da carne de frango podem ser visualizadas nos gráficos a seguir.

Com base nos dados, no que diz respeito ao teste de relação entre dependência do sexo (Figura 8) é fato que as mulheres são maioria na pesquisa com representatividade de (60,40%) dos entrevistados, sendo a carne de frango a proteína mais consumida pelos moradores de Salgueiro – PE. O resultado está diretamente ligado ao menor valor de compra dessa carne quanto equiparados a outros tipos de proteína animal como exemplo a carne bovina, evidenciando que o seu consumo faz parte do hábito alimentar do consumidor salgueirense. Sabendo que as mulheres exercem na maioria das vezes as atividades domésticas mesmo quando exerce uma atividade remunerada, demonstrando uma preocupação com seu bem-estar e da sua família apresentam uma motivação extra para o consumo de carne de frango, essa motivação tem ligação direta com a crença de que a carne de frango apresenta menor teor de colesterol.

**Figura 8:** Teste de relação entre dependência do sexo vs carne preferida dos moradores de do município de Salgueiro –PE



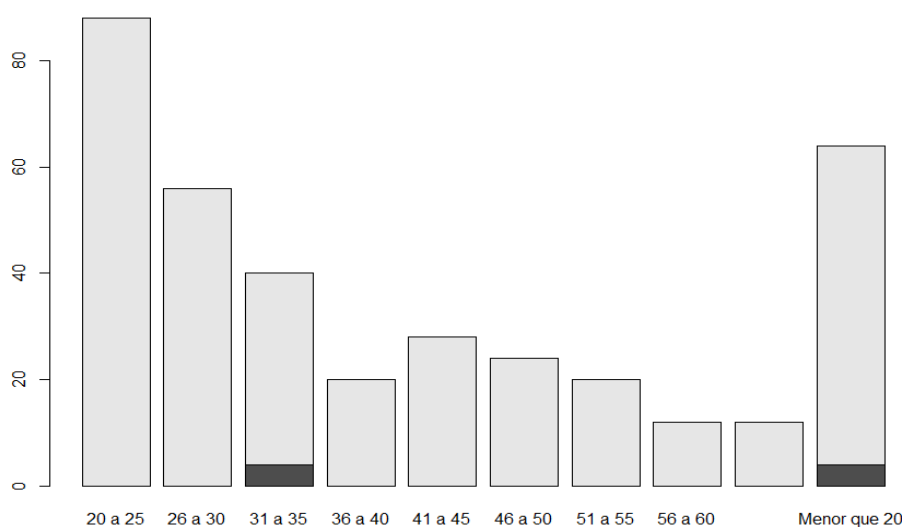
Fonte: Autores.

Em consideração a esse fato, em estudos realizados por Antonangelo et al. (2011) encontraram resultados semelhantes, em que (57,5%) dos entrevistados acreditavam que o peito de frango apresenta menores teores de colesterol em relação as demais carnes. Esse resultado pode ser explicado pela percepção dos consumidores de que a carne branca é mais

saudável do que a vermelha. No entanto, no estudo realizado por Hautrive et al. (2012) encontraram níveis mais elevados de colesterol em carne de frango do que em alcatra bovina e pernil suíno.

Dentro do total de 356 entrevistados, apresentou idade entre 20 a 25 anos (88/356), seguido da idade menor que 20 (60/356), 26 a 30 (56/356), 31 a 35 (36/356), 41 a 45 (28/356), 46 a 50 (24/356), 36 a 40 (20/356), 51 a 55 (20/356), 56 a 60 (12/356) e acima de 60 (12/356). Pode-se observar que o público pesquisado, grande parte consome carne de frango, porém uma pequena parcela não faz o consumo que são os perfis de idade de 31 a 35 anos (4/36) e os de idade menor que 20 (4/60) (Figura 9).

**Figura 9:** Teste de relação entre idade vs quem não consome carne de frango do município de Salgueiro – PE.



Fonte: Autores.

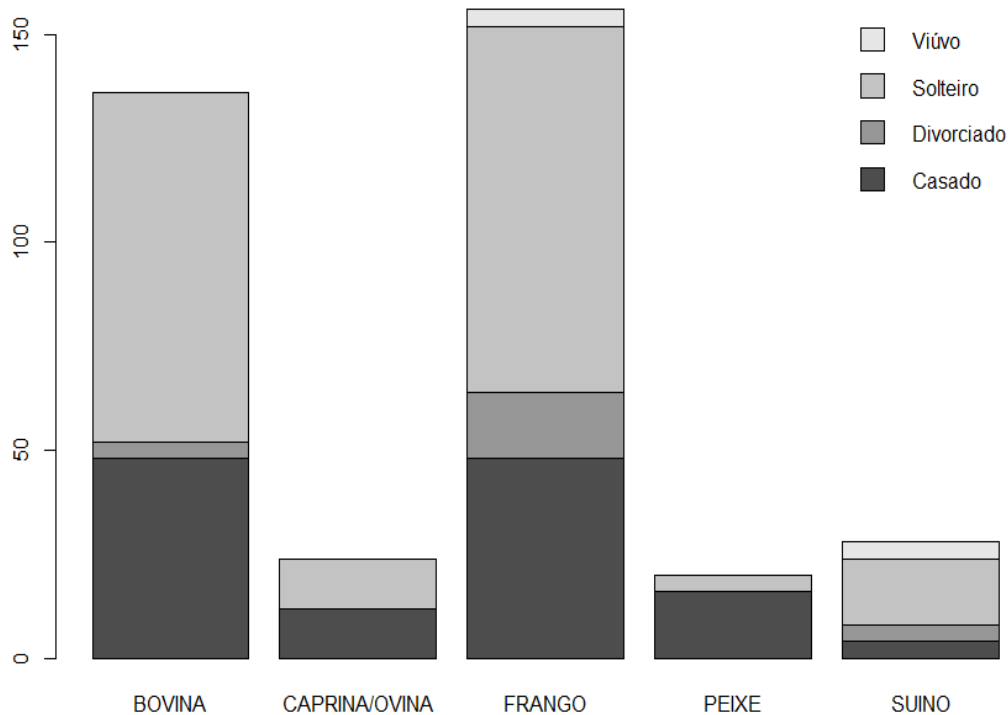
É visível a diferença de idade entre os entrevistados, onde foram obtidas opiniões semelhantes em relação de consumirem carne de frango. Isto pode estar associado ao baixo preço da carne de frango quando se comparado com outros tipos de carne (Oliveira et al., 2015). Para além do baixo preço, outros fatores que podem resultar no maior consumo da carne de frango pela maioria dos entrevistados seriam a maior disponibilidade desta carne em relação às outras e por outro lado a possível recomendação por questões de saúde, já que em comparação com as carnes vermelhas, a carne de frango contém menores quantidades de calorias (cerca de 160 em 100 gramas de filé), menor quantidade de colesterol (em carne sem a pele), maior valor nutritivo, o que pode resultar em maiores recomendações médicas em comparação com as carnes vermelhas, para grupos específicos de indivíduos e também a facilidade de preparo.

Em relação à pequena parcela que não consome frango, dentre várias razões, pode se associar ao que vários estudos fazem referência de que alguns consumidores associam à carne de frango a presença de resíduos de hormônios de crescimento. Em um estudo realizado por Santana et al. (2020) sobre a categorização dos consumidores de frangos de corte, constataram que 84% dos entrevistados acreditam que a carne de frango possui esta substância química resultante de hormônio utilizado durante a criação para promover o crescimento. E segundo Martins (2014), 72% da população brasileira acredita que hormônios são utilizados na criação de aves para fins de crescimento, o que pode influenciar na preferência de certos consumidores em outras carnes em detrimento do frango.

O consumo de carne de acordo com o estado civil dos participantes entrevistados (Figura 10), nota-se que o consumo de maior quantidade foi no quesito solteiro, com a carne de frango (88 dos entrevistados), sendo seguido pelo mesmo estado

civil, mas com a carne bovina (84 dos entrevistados). O Ministério da Agricultura mostra que a produção de frango no Brasil em 2006 sofreu um acréscimo de quatro vezes a produção na década de 90 (Brasil, 2010). Portanto, observou que a frequência do alto consumo de frango pelos entrevistados pode estar relacionada pela crescente produção de aves no país, ocasionando a diminuição do custo deste alimento e o tornando mais acessível para o consumo, facilitando a rotina diária dos mesmos, fator que reflete na condição de renda financeira desses participantes (Figura 10).

**Figura 10:** Teste de relação entre estado civil vs consumo de carne dos moradores do município de Salgueiro – PE.

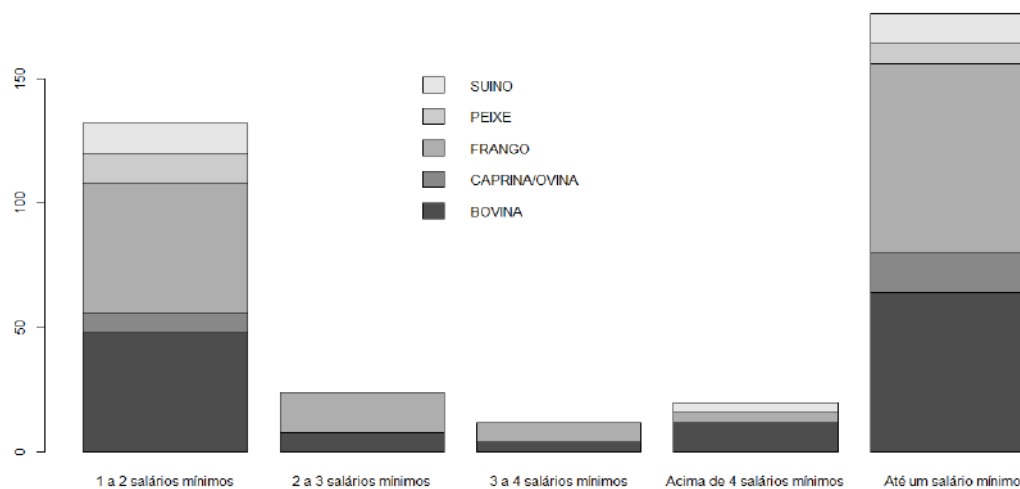


Fonte: Autores.

Os menores índices de consumo estão concentrados na de peixe, assim como também tem presença de baixo consumo na carne caprina/ovina e na carne suína, sendo que o estado civil “viúvo”, apresentou somente 8 entrevistados e apenas receberam votos a carne de frango e a carne suína. No quesito divorciado, a maioria optou também pela carne de frango, e nenhum para carne de peixe e carne caprina/ovina.

O consumo de carne está diretamente relacionado a faixa salarial do consumidor como podemos observar na (Figura 11), foi observado que em todas as faixas abaixo de quatro salários-mínimos a principal carne consumida é a de frango, seguido da carne bovina. Segundo dados do IBGE (2017), o consumo de aves no Brasil entre 2008–2009 era de 27% já entre 2017–2018 cresceu para 30,8%. Machado et al (2014) destaca que a carne de frango é consolidada como a carne mais consumida no mundo. De acordo com Souza e Caswell (2004) a carne bovina apresenta-se entre os principais itens que constituem a cesta básica de consumo dos brasileiros.

**Figura 11:** Teste de relação entre salário vs consumo de carne dos moradores do município de Salgueiro – PE.



Fonte: Autores.

Apesar de algumas regiões do Brasil terem o consumo elevado de peixe mais acentuado como, por exemplo, a região norte do Brasil. O consumo de peixe no Brasil é menor ao preconizado pela FAO. Mesmo com o custo do quilograma do peixe sendo mais elevado que outras carnes, o consumo da proteína de peixe se dá entre as classes mais baixas, pois esta classe é produtora ou usa de açudes ou rios para o consumo desta proteína. Desta forma o gráfico, demonstra que tem um consumo evidenciado entre as rendas mais baixas.

#### 4. Conclusão

Após a realização deste estudo, foi possível concluir que município de Salgueiro-PE possui potencialidades para o mercado de carne de frango comercial, uma vez que seu consumo demonstrou ser bastante expressivo. Os consumidores têm o frango como primeira opção de carne para consumo, demonstrando preferência pelos cortes de frango. A qualidade, higiene, preço e procedência do produto são muito importantes na hora da compra. Isso é essencial para entender os desejos e necessidades dos clientes, a fim de fornecer produtos de qualidade. Uma pequena minoria ainda acredita que o frango contém hormônios, e profissionais de muitas outras regiões erroneamente acreditam e espalham a ideia de que a substância é utilizada na criação de frangos. Portanto, com o entendimento de que o comportamento do consumidor é influenciado por múltiplos fatores, fica claro que para as empresas concorrentes no mercado de produtos cárneos, é importante realizar pesquisas para encontrar a melhor forma de atender as necessidades dos diferentes tipos de consumidores. Por outro lado, além do conhecimento geral das demandas dos consumidores sobre como são produzidos os produtos de origem animal, o estudo também fornece ferramentas de pesquisa de mercado para elaboração em pesquisas futuras.

#### Referências

- Antonangelo, A., Dolazza, R. M., Dutra, J. B., Ribeiro, N. M., & Ruv, C. (2011). Perfil Dos Consumidores De Carne Suína No Município De Botucatu- Sp. *Tékhnē e Lógos*, 2(2), 46-55.
- BRASIL. Ministério da Agricultura (MA). *Estatísticas em Pecuária - Brasil: produção de carne suína, ovina e de frango*. 2010.
- Brisola, M. V., & de Castro, A. M. G. (2005). Preferências do consumidor de carne bovina do Distrito Federal pelo ponto de compra e pelo produto adquirido. *REGE Revista de Gestão*, 12(1), 81-99.
- Bonamigo, A., Bonamigo, C. B. D. S. S., & Molento, C. F. M. (2012). Atribuições da carne de frango relevantes ao consumidor: foco no bem-estar animal. *Revista Brasileira de Zootecnia*, 41, 1044-1050.

- Fanatico, A. C., Pillai, P. B., Hester, P. Y., Falcone, C., Mench, J. A., Owens, C. M., & Emmert, J. L. (2008). Performance, livability, and carcass yield of slow-and fast-growing chicken genotypes fed low-nutrient or standard diets and raised indoors or with outdoor access. *Poultry science*, 87(6), 1012-1021.
- Francisco, D. C., Nascimento, V. P. D., & Pedrozo, E. A. (2009). Conhecendo o consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre, RS. *Hig. alim.*, 66-69.
- Francisco, D. C., Nascimento, V. P. D., Loguercio, A. P., & Camargo, L. (2007). Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre. *Ciência Rural*, 37, 253-258.
- Felisbino, S. D. F. (2019). Perfil do consumidor de carne ovina no estado de Santa Catarina.
- Garcia, E. R., M., Souza, R. P. P., Cappi, N., de Avila, L. R., Feliciano, W. B., & da Cruz, F. K. (2017). Perfil do consumidor de carne de frango no município de Aquidauana, MS. *Veterinária e Zootecnia*, 24(2), 345-352.
- Hautrive, T. P., Marques, A. C., Kubota, E. H. (2012). Composição centesimal da carne de avestruz. *Alimentos e Nutrição*, 23 (2), 327-334.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018: Análise do Consumo Alimentar Pessoal no Brasil - Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101742.pdf>>.
- Lima, A. M., Melo, W. O., Albuquerque, G. D. P., do Nascimento, J. B., & Cândido, E. P. (2020). Mercado consumidor de carne de frango e derivados em Capanema, Pará. *Brazilian Journal of Development*, 6(5), 26810-26824.
- Lima, J. E. S. D. (2018). Perfil do consumidor da carne de frango industrial e/ou caipira em três municípios do nordeste do Paraná.
- Malhotra, N. K. (2001). *Pesquisa de marketing-: uma orientação aplicada*. Bookman Editora.
- Martins, D. (2022). Frango brasileiro não tem hormônio. [https://www.aviculturaindustrial.com.br/noticia/frango-brasileiro-nao-tem-hormonio-por-domingosmartins/20140306083512\\_C\\_814](https://www.aviculturaindustrial.com.br/noticia/frango-brasileiro-nao-tem-hormonio-por-domingosmartins/20140306083512_C_814).
- Oliveira, A. P., Ferreira, M. R., Santana Júnior, H. A., Santos, M. S., de Brito, J. M., & Mendes, F. B. L. (2015). Caracterização do consumidor de carne de frango em Júlio Borges-PI.
- R Core Team (2022). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>.
- Santana, M. H. M., Júnior, J. P. F., Santos, É. G., Santana, A. M. M. A., Mata, F. M. & Silva, E. F. (2020). Caracterização e perfil do consumidor de produtos avícolas no estado do acre. *Revista de Agroecologia no Semiárido (RAS) - (Sousa - PB)*, ISSN-2595-0045, (5), 01-09.
- Souza, D. M. M., & Caswell, J. A. (2004). *The economics of implementing traceability in beef supply chains: Trends in major producing and trading countries* (No. 1669-2016-136420).
- Venturini, K. S., Sarcinelli, M. F., & Silva, L. D. (2007). Características da carne de frango. *Boletim Técnico-Pie-Ufes*, 1307.