

Ciência, Tecnologia e Inovação na Amazônia Pós-Pandemia

I SEMINÁRIO PIBEX
IV SEMINÁRIO DE ENSINO
XVIII SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
II ED CONGRESSO UFRA VIRTUAL - UNIVERSIDADE VIVA



CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMO DA CARNE DE FRANGO NA MESORREGIÃO SUDESTE DO PARÁ

Sulleyme de Almeida Melo Lima¹; Francisco Raylan Sousa Barbosa²; Cintia Araújo Soares³; Mateus Oliveira Silva⁴; Marília Lima Silva⁵; Ernestina Ribeiro dos Santos Neta⁶.

1. Graduanda em Agronomia, Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus Parauapebas, e-mail: sulleymy@gmail.com; 2. Graduando em Agronomia, Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus Parauapebas, e-mail: franraylan@gmail.com; 3. Graduanda em Agronomia, Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus Parauapebas, e-mail: cintia.as98@gmail.com; 4. Graduando em Agronomia, Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus Parauapebas, e-mail: olivermateus11@gmail.com; 5. Graduanda em Agronomia, Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus Parauapebas, e-mail: mariliasilva.s2@gmail.com; 6. Orientadora, Campus Parauapebas, Universidade Federal Rural da Amazônia, e-mail: tina.neta@yahoo.com.

RESUMO:

No Brasil, o setor avícola vem apresentando um crescimento bastante significativo nos últimos anos, especialmente em produção, consumo e exportação de carne. Esses avanços destacaram a carne de frango, atualmente, como a segunda proteína de origem animal mais consumida no mundo, atrás apenas da carne suína. A análise do consumo da carne de frango é uma das ferramentas que possibilita identificar os hábitos e necessidades dos consumidores, visando à satisfação dos mesmos, e por essa razão presente estudo foi conduzido, com o objetivo de caracterizar o consumo de carne de frangos na mesorregião do estado do Pará. A pesquisa foi realizada durante o mês de março de 2022, utilizando-se dados coletados por meio de questionário de aspecto qualitativo, buscando informações que podem contribuir para consolidar de modo mais eficiente o consumo de carne de frango na região. No total foram respondidos 254 questionários por pessoas de variadas classes econômicas e grau de instrução, a pesquisa foi realizada de forma totalmente remota, divulgada e compartilhado através de mídias sociais. Dentre os entrevistados, 60,2% disseram que preferem carne de frango caipira e 39,8% responderam que preferem carne de frango industrial, os entrevistados possuem tendência ao frango caipira por motivos relacionados à aparência, sabor e valor nutritivo. Ao serem questionados sobre a frequência do consumo de frangos, 13,8% responderam que consomem uma vez por semana, 22,8% responderam que consomem duas vezes por semana, 39% consomem três vezes por semana, 13% responderam que consomem quatro vezes por semana e 11,4% dos responderam que consomem carne de frango mais de cinco vezes por semana. Ao serem questionados sobre o local onde os entrevistados compram a carne de frango, 77,2% responderam que preferem comprar em supermercados, 11,8% em feiras, 9,8% em açougues e 1,2% em quitandas. Quando questionados se pagariam mais pela carne de frango caipira, 63,8% responderam que sim e 36,2% responderam que não. Ao serem questionados sobre a preferência quanto ao corte da carne de frango, 30,3% responderam que preferem adquirir o frango inteiro, 3,1% dos entrevistados responderam que preferem metade, 34,6% têm preferência por partes nobres (Peito) maior parte dos entrevistados também preferem esse tipo de corte, isso é justificado devido a facilidade de preparo desse tipo de corte, 27,2% responderam que tem preferência por coxas com sobrecoxas, 2,8% tem preferência por asas e 2% outras partes e miúdos. Com a aplicação dos questionários foi possível traçar o perfil do consumidor no sudeste paraense sendo assim, fica evidente que os consumidores possuem preferência a frango do tipo caipira, e que consomem em média 3 vezes na semana, os consumidores se sentem mais confortáveis em comprar carne de frango em supermercados, e também estão dispostos a pagar mais caro pela carne caipira e a preferência por cortes nobres como o peito é evidenciado pela maior parte dos consumidores, por isso é necessário compreender o comportamento do consumidor pois permite a obtenção de informações para o desenvolvimento de novos produtos, realização de inovações assim como subsídio para decisão sobre política de preços.

PALAVRAS-CHAVE¹: avaliação; levantamento; comercial.

¹ Link do Vídeo: <https://youtu.be/IT-30zpcR5U>