

## **CONSUMO DE CARNE DE FRANGO ENTRE ALUNOS DO CAMPUS CAPÃO DO LEÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS**

**Carolina dos Santos Bermann<sup>1</sup>; Carina Burkert da Silva<sup>2</sup>; Carla Augusta Sassi da Costa Garcia<sup>3</sup>; Francíeli de Lemos Rodrigues<sup>4</sup>; Matheus Ruis Dias Milan de Souza<sup>5</sup>; João Carlos Maier<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – carolbermann@hotmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – overcarina@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – guta-garcia@hotmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – franci\_ir\_@hotmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – matheus.rdms@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – jcmaier@ufpel.tche.br*

### **1. INTRODUÇÃO**

A avicultura brasileira ocupa atualmente o terceiro lugar na produção mundial de carnes de frango, sendo ainda o maior exportador. No Rio Grande do Sul, concentra-se cerca de 14,5% do abate de frango nacional (UBABEF, 2014) onde foi caracterizada uma crescente demanda pela carne de frango, o que a torna cada vez mais frequente na dieta dos consumidores (LANGBECKER et al., 2013).

Os hábitos de consumo alimentícios vêm sofrendo modificações mundiais, afetando o padrão de consumo e perfil dos consumidores graças às transformações políticas, econômicas, ambientais, tecnológicas, sociais e culturais que geram novas tendências mercadológicas, o que comprova a importância do estudo do consumidor final (PORTO, 2005).

Segundo RECHE (2011), a questão do uso de hormônios ainda é caracterizada como ponto negativo quando refere-se à produção de frangos, demonstrando uma dificuldade na aceitação de seu consumo bem como na informação sobre o tema, embora DOMINGUES; DIEHL (2012) mencionem sua inviabilidade no uso por motivos fisiológicos nas aves e proibição no Brasil.

O objetivo da presente pesquisa foi analisar o padrão habitual do consumo de carne de frango e o acesso à informação dos consumidores do Campus Capão do Leão, da Universidade Federal de Pelotas.

### **2. METODOLOGIA**

Foram entrevistados 432 alunos no campus Capão do Leão da Universidade Federal de Pelotas nos meses de outubro e novembro do ano de 2014, sendo 144 alunos de cada curso: Medicina Veterinária, Zootecnia e Agronomia.

O questionário oferecido apresentava quatorze perguntas objetivas, dentre elas, perguntas referentes ao consumo de carne de frango, frequência do consumo, avaliação do preço e conhecimento sobre o sistema de produção e uso de hormônios na criação.

Os resultados foram analisados e expressos em gráficos, onde foi possível uma comparação com trabalhos anteriormente publicados.

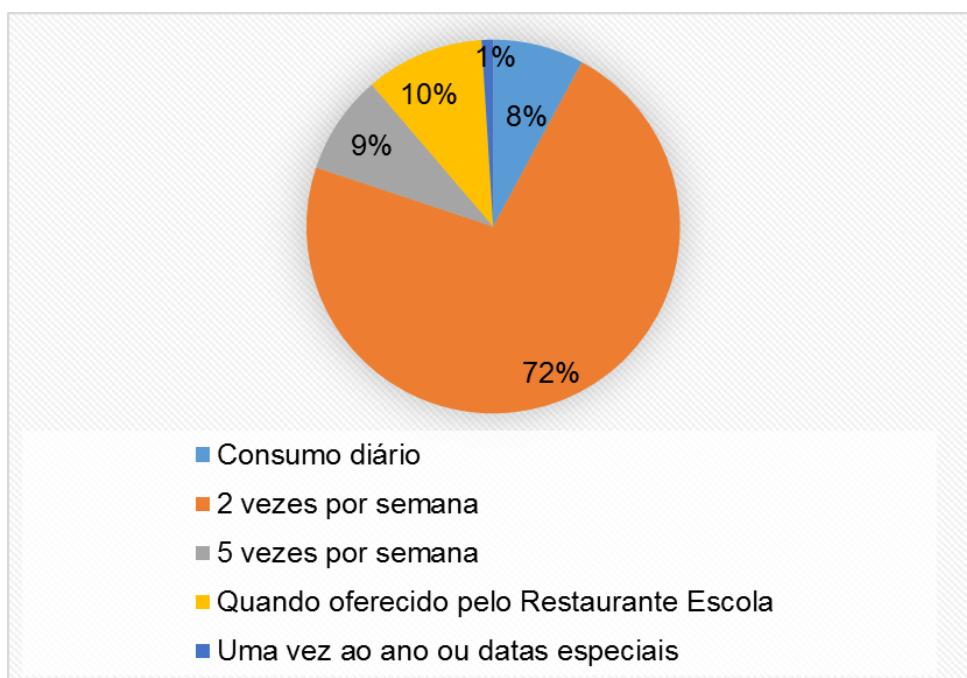
### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Com relação ao consumo, 96,3% dos entrevistados consumiam carne em geral e 3,7% eram vegetarianos ou veganos, sendo esses últimos todos

pertencentes ao curso de Medicina Veterinária. Dentre os que consumiam carnes, todos afirmaram também consumir carne de frango.

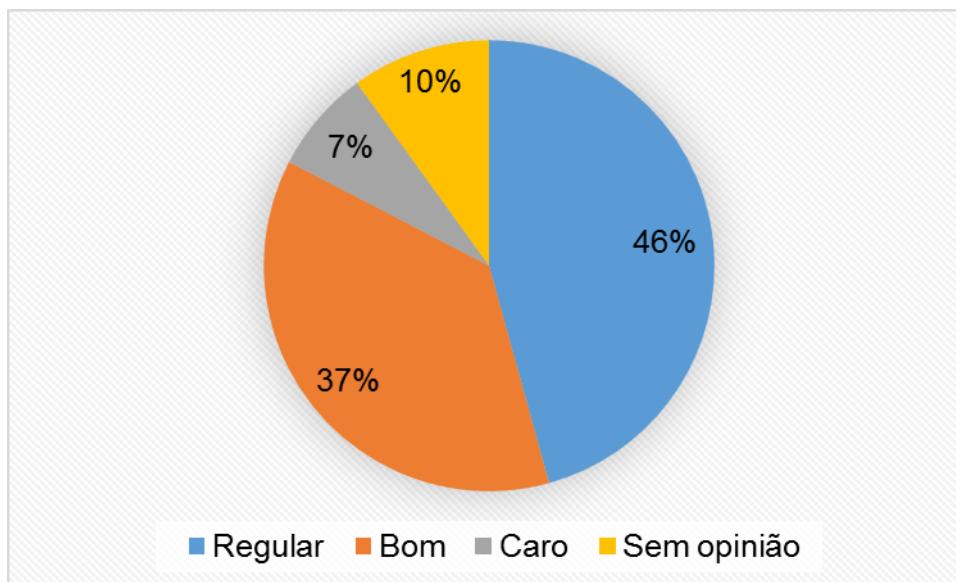
Quanto à frequência do consumo de carne de frango a partir dos resultados dos alunos consumidores de carne, foi realizado um comparativo onde 7,93% dos alunos consomem diariamente; 72,59% consomem duas vezes por semana; 8,65% cinco vezes por semana; 10,33% quando oferecido pelo Restaurante Escola e menos de 1% uma vez ao ano ou em datas especiais. A prevalência do consumo duas vezes por semana se assemelha aos resultados obtidos por SCHNEIDER (2010), onde cerca de 75,4% da população pelotense consumia carne de frango entre uma e três vezes semanais.

Gráfico 1: Frequência do consumo de carne de frango



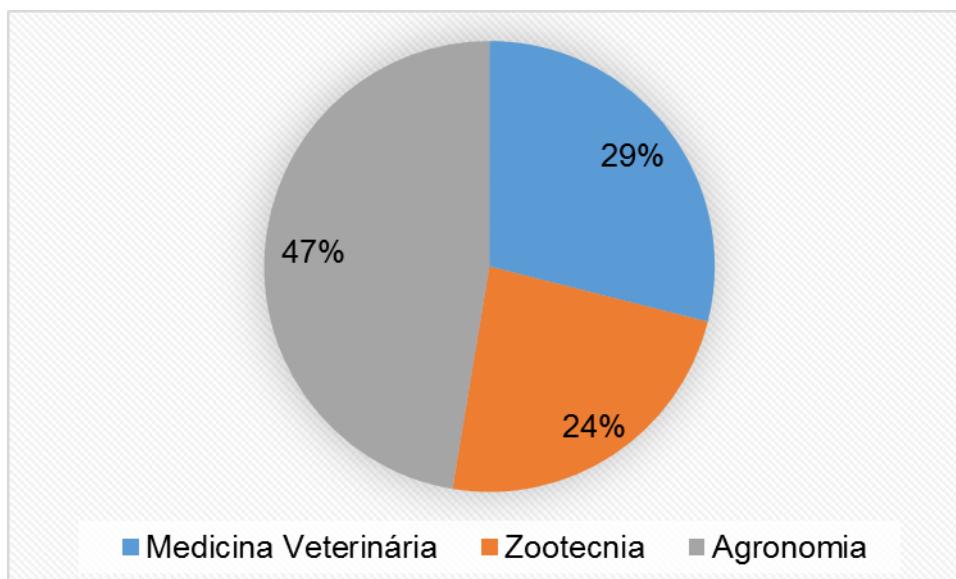
Quando entrevistados a respeito do conhecimento sobre o preço de mercado da carne de frango 45,6% dos alunos consideram o preço de mercado regular, já 36,8% dos alunos acreditam ser um preço bom. Somente 7,4% dos entrevistados acham o preço de mercado caro e 9,95 % não souberam opinar por não saber o preço de mercado, sendo que desses, 31 alunos eram vegetarianos. SCHLINDWEIN; KASSOUF (2006), relataram que o baixo preço do produto aumenta o consumo domiciliar nas regiões de menor renda do país, assim como o aumento na renda, demonstrando uma possível razão do consumo frequente.

Gráfico 2: Conhecimento sobre o preço de mercado



Sobre os sistemas de produção de aves e uso de hormônios 75% de todos os alunos entrevistados conheciam sobre os sistemas de criação de aves, enquanto 25% relataram não conhecer. Fazendo um comparativo com os dados obtidos, notou-se que os alunos que não conhecem os sistemas de produção são os mesmos que acreditam no uso de hormônios na produção de aves com o objetivo de desenvolvimento da carcaça. Comparando esses dados dentro dos cursos, 36% dos alunos da Agronomia acreditam que são usados hormônios na produção de aves, seguidos de 22,2% de alunos na Medicina Veterinária e 18% dos alunos da Zootecnia. Esses resultados são coerentes à pesquisa realizada por FRANCISCO et al. (2007), onde grande parte dos entrevistados também acreditou no uso de hormônios e aos resultados obtidos por PERUZZI et al. (2013), com alunos de Zootecnia que cursavam disciplinas básicas e ainda não apresentavam maiores conhecimentos sobre a proposta área.

Gráfico 3: Proporção de alunos que acreditavam no uso de hormônios na carne de frango, quanto ao curso



## 4. CONCLUSÕES

A pesquisa possibilitou concluir que, assim como uma grande percentagem da população, os alunos de ciências agrárias da Universidade Federal de Pelotas consomem pelo menos duas vezes por semana carne de frango, sendo bem aceita em relação ao preço.

Uma percentagem considerável de pessoas ainda acredita no uso de hormônios no sistema de criação avícola, fato este que comprova a necessidade de maiores fontes de informação para os consumidores.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOMINGUES R. D.; DIEHL G. N. **Mitos e verdades sobre o consumo de carne de frango e ovos**. Informativo técnico DPA nº 3, março de 2012. Disponível em: [http://www.dda.agricultura.rs.gov.br/conteudo/3603/?Mitos\\_e\\_Verdades\\_Sobre\\_o\\_Consumo\\_de\\_Carne\\_de\\_Frango\\_e\\_Ovos](http://www.dda.agricultura.rs.gov.br/conteudo/3603/?Mitos_e_Verdades_Sobre_o_Consumo_de_Carne_de_Frango_e_Ovos)

FRANCISCO, D.C.; PINHEIRO DO NASCIMENTO, V; PINTO LOGUERCIO, A. & CAMARGO, L. Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre. **Ciência Rural**, v.37, n.1, p.253-258, 2007. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33137141>

LANGBECKER, T.B., et al. Um estudo sobre os consumidores de carne de frango em Dom Pedrito/ RS. In: **CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO**, Ponta Grossa – PR, 2013. Dom Pedrito: Grupo PET Agronegócio, 2013.

PERUZZI, N. et al. Desmistificação quanto ao uso de hormônio na produção industrial de carne de frango. In: **ENCONTRO NACIONAL DOS GRUPOS PET – ENAPET**, 18. Recife, 2013. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2013. p. 2. Disponível em: <http://www.portalpet.feis.unesp.br/media/grupos/pet-informatica-recife/atividades/xviii-enapet-recife-pe/artigos>

PORTE, R.G. Consumidor final de carnes: características e hábitos em Pelotas-RS. **Serviço de Informação da Carne**, 2005. Disponível em: [http://www.ica.ufmg.br/gemisa/attachments/article/48/Pesquisa\\_MercadoCarnePelotas.pdf](http://www.ica.ufmg.br/gemisa/attachments/article/48/Pesquisa_MercadoCarnePelotas.pdf)

RECHE, R.A. **Imagem e percepção de valores nas intenções de compra de carne de frango**. 2011. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós- Graduação em Administração, Universidade de Caxias do Sul.

SCHLINDWEIN, M.M.; KASSOUF, A.L. Análise da influência de alguns fatores socioeconômicos e demográficos no consumo domiciliar de carnes no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v.44, n.3, p.549-572, 2006.

SCHNEIDER, B.C. **Consumo de carnes pela população adulta de Pelotas/RS: quem e como consome**. 2010. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós- Graduação em Epidemiologia, Universidade Federal de Pelotas.

UBABEF. **Relatório Anual 2014**. União Brasileira de Avicultura, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.ubabef.com.br/publicacoes>