

AGRICULTURA FAMILIAR E PESQUISA DE MERCADO: HÁBITOS DE CONSUMO DE CARNE DE FRANGO CAIPIRA EM PIRAPORA-MG.

Tatyane de S. Santos¹; Igor Q. Evangelista²; Jessica M. Albuquerque³; Amanda M. Alburquerque⁴; Érica S. Tupiná⁵.

Resumo: Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa de mercado realizada por discentes do curso superior de administração do IFNMG-Campus Pirapora, em atendimento a solicitação do Sindicato dos Trabalhadores Rurais-STR. Tal pesquisa foi realizada entre os meses de setembro e outubro de 2015, na cidade de Pirapora-MG, e teve como objetivo identificar os hábitos de consumo de carne, preferência quanto à origem da carne e a disposição para adquirir carne de frango caipira na cidade de Pirapora-MG. As informações geradas por tal pesquisa certificam a existência de uma demanda por carne de frango caipira na cidade de Pirapora-MG.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Pesquisa de mercado. Consumo.

Introdução

O IBGE (2010) demonstra que a agricultura familiar é responsável por mais de 33% do valor bruto da produção agropecuária e suas cadeias produtivas correspondem a 10% de todo o Produto Interno Bruto (PIB) do País, representa 84% dos estabelecimentos rurais e emprega 74% da mão-de-obra do campo, ocupando apenas 24,3% da área dos estabelecimentos agropecuários brasileiros, além disso, é responsável pela maioria dos alimentos na mesa dos brasileiros: 87% da mandioca, 70% do feijão, 59% dos suínos, 58% da bovinocultura do leite, 50% das aves e ovos, entre outros. No entanto os desafios para o pleno desenvolvimento da agricultura familiar são muitos: a dificuldade para acessar a linhas de crédito, agregar valor ao produto, logística de comercialização entre outros. O desejo do Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR) de Pirapora é construir um abatedouro de frango caipira para atender 52 famílias trabalham com a produção de frango caipira. Para efetivar esse desejo o STR de Pirapora necessita verificar a existência de mercado para o frango caipira. Segundo o SEBRAE a pesquisa de mercado antes de implantar o negócio é fundamental para garantir o sucesso. Não possuindo em seu quadro de funcionários nenhum profissional habilitado para a construção da pesquisa, o STR procurou o IFNMG-Campus Pirapora. Em atendimento a solicitação do STR, o IFNMG-Campus Pirapora, através dos discentes do curso superior de administração, realizou uma pesquisa de mercado com o objetivo de identificar: os hábitos de consumo de carne, a preferência quanto à origem da carne e a disposição para adquirir carne de frango caipira na cidade de Pirapora-MG.

1 Discente do curso de Bacharelado em Administração do IFNMG, Campus Pirapora. e-mail: tatysouzasantos@gmail.com
2 Discente do curso de Bacharelado em Administração do IFNMG, Campus Pirapora. e-mail: igorqueiroz@hotmail.com
3 Discente do curso de Bacharelado em Administração do IFNMG, Campus Pirapora. e-mail: jessicamuniz@gmail.com
4 Discente do curso de Bacharelado em Administração do IFNMG, Campus Pirapora. e-mail: amandamuniz@gmail.com
5 Docente do IFNMG-Campus Januária. e-mail: ericatupina@gmail.com

Material e Métodos

Quanto aos objetivos tratou-se de uma pesquisa descritiva, uma vez que o objetivo foi o de descrever quais os hábitos de consumo de carne da população piraporense, a sua preferência quanto à origem da carne e a sua propensão em consumir carne de frango caipira. Quanto aos procedimentos a pesquisa utilizou-se de levantamento/survey, através de questionários fechados. Quanto à abordagem do problema, foi de caráter quantitativo, utilizando-se de instrumentos estatísticos (SPSS) para tratamento dos dados coletados. Tendo uma população de 52.385, a amostra foi constituída por 300 participantes tendo 91,7% de confiança e 5% de margem de erro. Os dados foram coletados entre setembro e novembro de 2015.

Resultados e Discussão

Quanto ao perfil da amostra temos: 60% do sexo feminino; 40% com idade entre 19 e 60 anos e 41,3% entre 31 e 60 anos; 54,7%, residem em casas com 1 a 3 pessoas e 43,7% em casa com 4 a 7 pessoas; 83% dos entrevistados possuem uma renda familiar entre 1 e 3 salários mínimos e 14,7% entre 4 á 7 salários mínimos. Quanto aos hábitos de consumo temos que: 77% dos entrevistados compram carne em supermercados, 46,7% em açougue. 54% dos entrevistados tem a qualidade como fator que mais levam em consideração no momento da compra 38,3% o preço, e 5,7% a marca. 57% dos entrevistados consome carne bovina, 37% consomem carne de frango, 5% suína e 1% peixe. 67% compram de 3 a 10 quilos da carne de sua preferencia por semana, 26% compram de 11 á 18 kg e 6,77% de 19 á 25 kg. a maioria dos entrevistados está disposta a pagar entre 9 á 15 reais pelo kg da carne de sua preferencia, 31,7% pagam de 4 á 8 reais e 26,7% de 16 á 25 reais, somente 1% se considera disposto a pagar mais que 26 reais pelo kg da carne de sua preferênciã. Percebe-se que o consumo de carne de frango é alto na dieta dos entrevistados, sendo que 32% deles a consome 3 vezes na semana, 26% duas vezes, 22,3% seis vezes, 17% quatro vezes, 10,7% uma vez e 6,3% cinco vezes. Quanto à preferênciã por marcas 58% dos entrevistados acreditam que a marca Sadia possui qualidade superior às demais, 17,7% acham que seja a Perdigão, 21,7% acreditam que seja a PIF PAF e 2,3% outras marcas. Porém na hora de se efetivar a compra a preferênciã de marca é alterada: 48,3% dos entrevistados compram carnes da marca sadia, 19,3% da Perdigão, 30,3% da Pif Paf e 2% de outras, ou seja, na hora da compra eles migram para marcas que possuem preços menores. Quanto à origem da carne temos que: 51 % acreditam que carnes vindas de Belo Horizonte sejam mais confiáveis, 38,3% acham que são as carnes vindas da de Pirapora. Mas quando indagadas onde acreditavam que o beneficiamento da carne ocorreria de forma mais segura 50,3% diz Pirapora, 41% em Belo Horizonte. Percebemos uma grande influência da origem da carne na hora do consumo de carne de frango, já que 74,3% dos entrevistados disseram que leva em consideração o local de origem na hora de comprar. Porém, 63,3 % dos entrevistados não sabe a origem da carne que consomem. Quanto o objeto maior da pesquisa percebe-se que temos um resultado favorável, uma vez que 86,3% dos entrevistados estariam dispostos à compra carne de frango caipira com origem na cidade de Pirapora. Quanto à projeção de consumo temos que: 65% dos

entrevistados ao consumir carne de frango preferem que seja caipira. 54,3% dos entrevistados citam como motivos para comprar carne de frango caipira a maior qualidade. 71,3%, dos entrevistados estão dispostos a pagar um preço maior pela carne de frango desde que seja caipira. A faixa de preço limite para a decisão de compra dos consumidores fica entre R\$ 9,00 á R\$ 15,00 o kg do frango caipira com 43,3% dos consumidores dispostos a pagar esse preço e 37,7% estão dispostos a pagar entre R\$4,00 á R\$8,00 por kg.

Conclusões

Os resultados confirmam a existência de uma demanda para carne de frango caipira em Pirapora-MG. Porém é importante que o STR se atente ao preço de venda, uma vez que a maioria dos consumidores está disposta a pagar entre 9,00 e 15,00 reais pelo kg da carne de frango caipira, que sugere a necessidade de outros estudos por parte do STR, no sentido de compreender exatamente quais os custos envolvidos no empreendimento para então saber se existe viabilidade no negócio. Outra sugestão para o STR é que seja analisada a construção de uma parceria com os supermercados da região, visto que a grande maioria dos consumidores compra carne nesses estabelecimentos.

Salientamos que essa pesquisa não encerra a temática sendo ainda necessárias outras pesquisas: de criação e aceitação da marca, de estratégias de marketing e do perfil empreendedor dos produtores que estarão envolvidos no negócio.

Referências

IBGE- **Censo 2010**. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao>.
Acessado em: 10 de dez. de 2015.

SEBRAE.- **Importância da pesquisa de mercado**. Disponível em www.sebrae.com.br
Acessado em: 10 de dez. de 2015.

MDA. Ministério do Desenvolvimento Agrário – **Censo da Agricultura Familiar 2010**. Disponível : http://portal.mda.gov.br/portal/publicacoes/download_orig.
Acessado em: 10 de dez. de 2015.

Agradecimentos

Ao IFNMG-Campus Pirapora pelo incentivo dado as discentes através de concessão de bolsas. E ao Sindicato dos Trabalhadores Rurais pela confiança.