

CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR DE CARNE DE FRANGO NA CIDADE DE RIO BRANCO – ACRE

CHARACTERIZATION OF THE CONSUMER OF CHICKEN MEAT IN THE CITY OF RIO BRANCO – ACRE

Millena do Nascimento Mesquita¹; Jalceyr Pessoa Figueiredo Júnior²;
Henrique Jorge de Freitas³; Cássio Toledo Messias³; Júlio Veras de Almeida e Silva⁴

¹Discente da Universidade Federal do Acre – UFAC. *E-mail:* mesquitamillena@hotmail.com.

²Zootecnista da Secretaria de Produção e Agronegócio do Acre – SEPA. *E-mail:* peudure@hotmail.com.

³Docente da Universidade Federal do Acre – UFAC. *E-mail:* henriquifac@ufac.br.

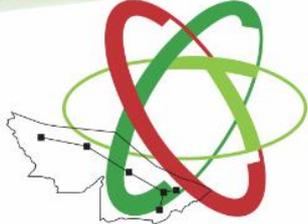
⁴Engenheiro Agrônomo. *E-mail:* julio-verass@hotmail.com.

Artigo submetido em 21/08/2022 e aceito em 25/10/2022

Resumo

Objetivou-se com a realização desta pesquisa, caracterizar o consumo e o perfil do consumidor de carne de frango no município de Rio Branco – Acre. Para esta caracterização, aplicou-se um questionário *on-line*, contendo doze perguntas de múltipla escolha, que foi elaborado através do programa *Google Docs* da plataforma *Google Forms*. Ao todo 502 pessoas responderam o questionário, sendo, em seguida, os dados analisados estatisticamente, por meio da aplicação de estatística descritiva, obtendo-se as frequências absolutas e relativas para cada questão. A carne de frango se mostrou bastante apreciada entre os consumidores (43%), perdendo apenas para o consumo da carne bovina (53%), sendo o costume e o preço os principais motivos para esta preferência de consumo. Com relação a forma de consumo, há preferências pelas partes da carne de frango, representando 86,3% em relação as demais formas de consumo, sendo a facilidade de preparo e o preço os principais motivos pela preferência. Dentre as partes da carne de frango, o peito foi a forma mais consumida (62%), sendo motivado, principalmente, pelo sabor e costume. Os consumidores, em sua maioria, possuem o hábito de consumir frango caipira (56%), predominantemente, pagando valores entre R\$40,00 – R\$50,00/frango. Dessa forma, para os consumidores da cidade de Rio Branco – AC, a carne de frango é a segunda opção de consumo, demonstrando preferências para os cortes, devido a facilidade no preparo, com ênfase no corte tipo peito, principalmente em razão do sabor. Além disso, possuem o hábito de consumir frango caipira.

Palavras-chave: Amazônia Ocidental; Cadeia Avícola; Consumo de Carnes; Mercado Consumidor.



Abstract

The objective of this research was to characterize the consumption and consumer profile of chicken meat in the city of Rio Branco - Acre. For this characterization, an *on-line* questionnaire was applied, containing twelve multiple-choice questions, which was prepared using the *Google Docs* program on the *Google Forms* platform. Altogether 502 people answered the questionnaire, and then the data were statistically analyzed, through the application of descriptive statistics, obtaining the absolute and relative frequencies for each question. Chicken meat proved to be highly appreciated among consumers (43%), second only to beef consumption (53%), with custom and price being the main reasons for this consumption preference. Regarding the form of consumption, there are preferences for parts of chicken meat, representing 86.3% in relation to other forms of consumption, with ease of preparation and price being the main reasons for the preference. Among the parts of chicken meat, the breast was the most consumed form (62%), being motivated mainly by the taste and habit. Consumers, for the most part, have the habit of consuming free-range chicken (56%), predominantly, paying amounts between R\$40.00 – R\$50.00/chicken. Thus, for consumers in the city of Rio Branco - AC, chicken meat is the second consumption option, where they show preferences for cuts, due to the ease of preparation, with emphasis on the breast type cut, mainly due to the flavor. In addition, they have the habit of consuming free-range chicken.

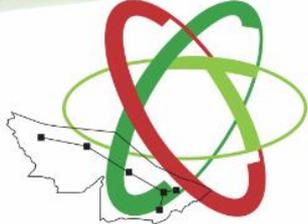
Keywords: Western Amazon; Poultry Chain; Meat Consumption; Consumer market.

1 INTRODUÇÃO

A produção brasileira de carne de frango apresenta destaque internacional, o país ocupa a terceira posição como maior produtor e é o maior exportador de carne de frango no ranking mundial (ABPA, 2021). Por conseguinte, a cadeia produtiva avícola vem demonstrando a cada dia, mais evolução, potencialidade, organização e competitividade, retratando o resultado de uma dinâmica de trabalho bem fundamentada e estruturada.

Atualmente, o setor gera, no Brasil, 4,1 milhões de empregos diretos e indiretos, empregando mais 100 mil famílias nas atividades avícolas, alavancando uma produção de carne que era de 1,3 milhões de toneladas em 1980 para 13,9 milhões de toneladas em 2020 (ABPA, 2021).

Esta posição de destaque deve-se às características da cadeia produtiva de extrema importância, como: baixo custo de produção, tecnologia e inovação



no processo produtivo, rigoroso controle sanitário, certificações internacionais, adaptação à demanda por produtos especializados no mercado e rastreabilidade de todo o processo produtivo até o mercado consumidor (TEIXEIRA; TEIXEIRA, 2021).

Os consumidores estão cada vez mais exigentes e preocupados com a alimentação, sendo o frango uma excelente opção para o consumo devido ao preço acessível, atraindo a compra por diferentes classes sociais, sabor e textura da carne, fornecendo versatilidade nos modos de preparo e acessibilidade de compra. Conseqüentemente, a média do consumo nacional, obteve um aumento de cerca de 19% entre os anos 2007 a 2020, passando de 37,02 kg para 45,27 kg per capita (ABPA, 2021).

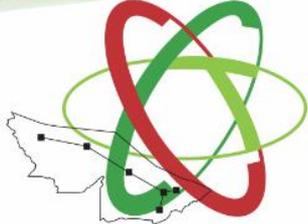
Os estudos acerca dos consumidores auxiliam as indústrias a acompanharem as crescentes demandas e atender melhor o mercado, pois através destas é possível conhecer os hábitos de compra, as características culturais e regionais, o nível de satisfação dos consumidores com relação ao preço e a qualidade, visto que são fatores que podem sofrer alterações conforme o tempo ou até mesmo devido às diferenças regionais notadas no Brasil.

Conjuntamente, estas pesquisas facilitam o desenvolvimento de novos produtos ou aperfeiçoamento dos já existentes, além de auxiliar sobre política de preços, aprimorar as estratégias de marketing, e proporcionar um planejamento eficiente e estratégico, para que assim, a produção da indústria possa ser orientada conforme as necessidades do consumidor, satisfazendo ambos os lados.

Dessa forma, objetivou-se com a realização desta pesquisa, caracterizar o consumo e o perfil do consumidor de carne de frango no município de Rio Branco – AC.

2 METODOLOGIA

O estudo foi realizado na cidade de Rio Branco, capital do estado do Acre, localizado na Amazônia Ocidental, em que se aplicou um questionário de forma *on-line* entre os consumidores de carne de frango.



Os questionários foram respondidos entre os meses de abril e maio de 2022, no qual por conveniência, a pessoa consultada através de e-mail ou rede social, poderia optar por colaborar respondendo a pesquisa.

Para o cálculo do tamanho amostral utilizou-se a tabela proposta por Mattar (1997), onde a amostra foi composta por 502 indivíduos. Utilizou-se o método pesquisa do tipo “*survey*”, empregado quando objetiva-se obter informações sobre características, ações ou opiniões por intermédio de um meio de pesquisa, como por exemplo um questionário.

A pesquisa foi classificada como descritiva, cujo propósito é observar, registrar, analisar e correlacionar situações, fatos ou atitudes sem manipulação de variáveis pelo pesquisador (FREITAS *et al.*, 2000; FERREIRA, 2019)

O questionário desenvolvido foi do tipo fechado, baseado na pesquisa de Figueiredo Júnior *et al.* (2017), contendo doze perguntas de múltipla escolha (Tabela 1), e elaborado através do programa *Google Docs* da plataforma *Google Forms*.

Posteriormente, foram distribuídos e aplicados para os consumidores via internet por meio de um endereço eletrônico, cuja divulgação ocorreu através das mídias sociais como WhatsApp, Instagram e e-mail.

As perguntas abordaram questões relativas ao perfil socioeconômico da população, como sexo, idade, renda e grau de escolaridade dos consumidores, e sobre as preferências, motivos e hábitos de consumo com relação à carne de frango. Além disso, duas questões foram direcionadas para o consumo e valor que pagariam pela carne de frango caipira.

Após o seu preenchimento, os dados foram coletados e salvos pela própria plataforma do *Google Forms*, e em seguida foram tabulados, utilizando-se uma planilha eletrônica do Microsoft Office Excel possibilitando a organização dos dados para melhor análise.

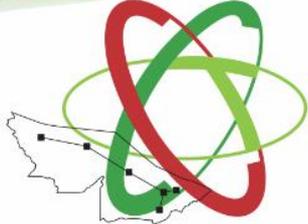
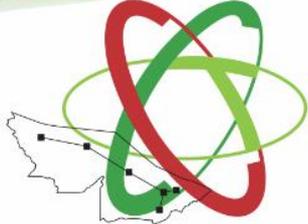


Tabela 1: Questionário do consumo de carne de frango na cidade de Rio Branco – Acre

<p>1) Qual o seu sexo? a- () masculino; b- () feminino</p> <p>2) Qual a sua idade? a- () menor que 15 anos; b- () 15 a 30 anos; c- () 30 a 45 anos; d- () 45 a 60 anos; e- () 60 a 75 anos; f- () acima de 75 anos</p> <p>3) Qual a renda mensal da sua família? a- () menor que R\$1.212,00; b- () R\$1.212,01 a 3.636,00; c- () R\$3.636,01 a 6.060,00; d- () R\$6.060,01 a 9.696,00; e- () R\$9.696,01 a 15.756,00; f- () acima de R\$15.756,01</p> <p>4) Qual o nível de escolaridade? a- () superior; b- () superior incompleto; c- () 2º Grau; d- () 1º Grau; e- () não alfabetizado</p> <p>5) Qual a carne mais consumida na sua casa durante o ano? a- () boi; b- () frango; c- () porco; d- () bode; e- () carneiro; f- () peixes; g- () outros</p> <p>6) Qual o motivo? a- () preço; b- () sabor; c- () valor nutritivo (saúde); d- () religião; e- () disponibilidade; f- () costume; g- () outros</p> <p>7) Com relação a carne de frango, qual a forma mais consumida na sua casa? a- () frango inteiro; b- () em partes (peito, coxa, asa, etc.) ; c- () miúdos; d- () embutidos (salsicha, empanado, nuggets, etc.)</p> <p>8) Qual o motivo? a- () preço; b- () sabor; c- () valor nutritivo; d- () disponibilidade; e- () facilidade (preparo); f- () costume; g- () outros</p> <p>9) Com relação as partes do frango, qual a mais consumida na sua casa? a- () peito; b- () coxa; c- () sobrecoxa; d- () asa; e- () dorso; f- () outras</p> <p>10) Qual o motivo? a- () preço; b- () sabor; c- () valor nutritivo; d- () costume; e- () outros</p> <p>11) Possui o hábito de consumir frango caipira? a- () sim ; b- () não</p> <p>12) Se sim, até quanto você pagaria pelo frango caipira inteiro com miúdos? a- () R\$30,00 ; b- () R\$40,00; c- () R\$50,00; d- () R\$60,00; e- () R\$70,00</p>

Fonte: Elaboração pelos autores (2022).

Após a elaboração das planilhas, os dados foram analisados estatisticamente, por meio da aplicação de estatística descritiva, obtendo-se as frequências absolutas e relativas para cada questão e os resultados foram apresentados em proporções de respostas.



3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi realizada com 502 pessoas, sendo 341 do sexo feminino, 159 do sexo masculino, e dois se declararam como não-binários, representando 67,9%, 31,7% e 0,4% dos entrevistados, respectivamente.

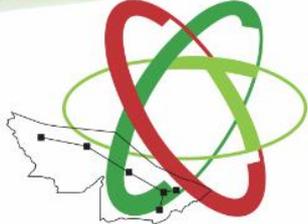
Estes dados, representando a maior participação das pessoas do sexo feminino, são semelhantes aos encontrados por Lima *et al.* (2020) que desenvolveram uma pesquisa sobre o mercado consumidor de carne de frango e derivados em Capanema – PA, contando com a participação de 58,5 % deste público. No mesmo sentido, Santos *et al.* (2022) obtiveram resultados semelhantes em seu estudo sobre consumidores na cidade de Salgueiro – PE, cuja colaboração do público feminino representou 60% do total de entrevistados.

A intensa participação de pessoas do sexo feminino neste estudo demonstrou ser acentuado o seu interesse em participar de pesquisas científicas, tendo em vista que a pesquisa foi divulgada por meios eletrônicos, disponíveis para ambos os sexos participarem.

Silva *et al.* (2007) atribuem às mudanças sociais dos últimos tempos, a causa para a responsabilização da mulher para realizar a compra de alimentos para a família. Além disso, nota-se o aumento de pessoas do sexo feminino como chefe de família e até mesmo a possibilidade de ser a única adulta e provedora de seus lares (LIMA *et al.*, 2020).

Com relação à faixa etária, o maior percentual foi composto por pessoas entre 15 e 29 anos (46,4%), seguido pelas faixas entre 30 e 44 anos (29,7%), 45 e 59 anos (18,7%), 60 e 74 anos (4,8%), e, acima de 75 anos e menor que 15 anos, correspondendo a 0,2%, cada uma destas faixas etárias. Resultados semelhantes foram descritos por Silva *et al.* (2015) em Jataí – GO, onde a maioria dos entrevistados em sua pesquisa (28,03%) apresentou idade entre 18 e 29 anos.

Esta faixa etária representa pessoas ingressando às universidades, iniciando sua participação no mercado de trabalho e na construção de suas famílias, sendo assim, sua acentuada participação nestas pesquisas, refletem a ascensão desta classe na sociedade. Dessa forma, conhecer os hábitos destes



cidadãos com relação ao consumo de carne de frango, pode trazer facilidade para as pessoas, com produtos voltados para a sua realidade, e, assertividade para as empresas, que precisam atender às necessidades de seus compradores devido ao seu cotidiano.

Com relação a renda mensal familiar, 31,3% declararam possuir renda entre R\$1.212,01 e 3.636,00, 21,1% entre R\$3.636,01 e R\$6.060,00, 15,9% entre R\$6.060,01 e R\$9.696,00, 12,7% entre R\$9.696,01 e R\$15.756,00, 10,4% acima de R\$15.756,0, e 8,6% menor que R\$1.212,00.

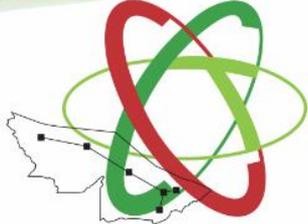
Os resultados encontrados neste estudo, corroboram com o censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, onde foi verificado que o salário médio mensal dos rio-branquenses em 2020 foi de 3,3 salários-mínimos (IBGE, 2022).

A renda mensal dos consumidores influencia diretamente nas condições de compra do produto. Oliveira *et al.* (2015) observaram, em seus estudos, que aqueles com maior poder aquisitivo demonstraram preferência por cortes mais nobres, e mesmo as pessoas que recebem um ou até menos que um salário-mínimo consomem carne de frango com certa frequência em razão do preço ser mais baixo em relação às outras carnes.

Dessa forma, é possível observar que o consumo da carne de frango está presente em todas as classes sociais, sendo o diferencial no ato da compra as variedades dos tipos de cortes associados ao seu custo de aquisição.

Quanto ao nível de escolaridade, constatou-se uma maior participação de pessoas que possuem ensino superior completo, representando 55,4% dos consumidores, seguido pelos que detêm o ensino superior incompleto (32,7%), 2º grau completo (10,6%), e 1º grau completo (1,3%), não sendo constatado nenhum entrevistado não alfabetizado.

Neste estudo, verificou-se que os consumidores apresentaram um bom grau de escolaridade. Semelhantemente, Silva *et al.* (2015) verificaram que a maioria dos consumidores do município de Jataí – GO, possuíam no mínimo o ensino superior incompleto (48,48%). Em contrapartida, Santos (2019)

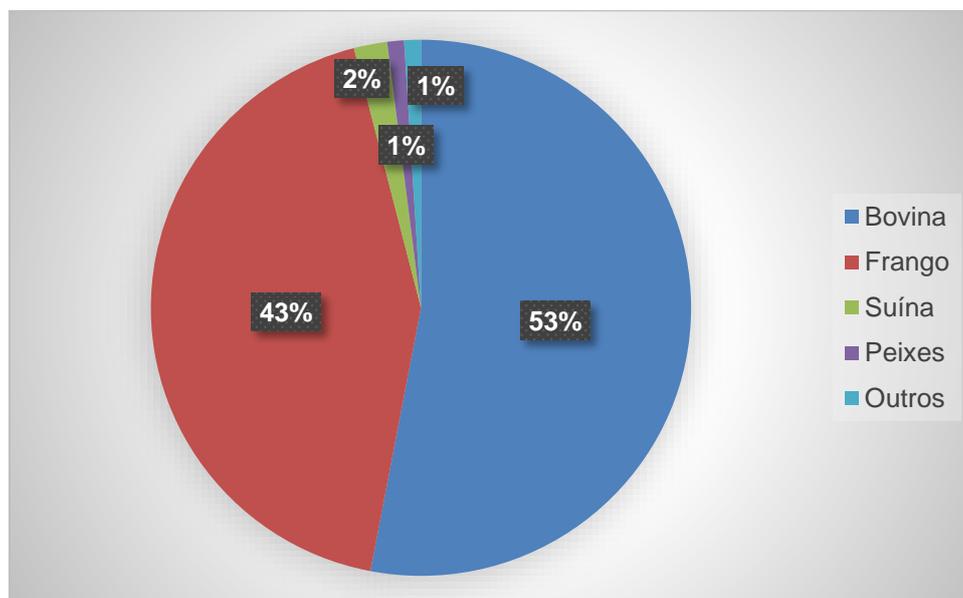


constatou, em pesquisa realizada no município de Chapadinha – MA, que a maior proporção dos entrevistados possuía apenas ensino médio (48,0%).

Este fator pode contribuir para o nível de exigência dos produtos, seja devido às questões relacionadas à saúde, como a busca de alimentos mais saudáveis e menos calóricos, ou até mesmo com relação ao conhecimento sobre bem-estar das aves, tendo em vista que aqueles que possuem maior grau de ensino, tendem a exigir produtos mais nobres e com maior facilidade de preparo.

A carne de frango se mostrou bastante apreciada entre os consumidores (43%), perdendo apenas para o consumo da carne bovina (53%). Os menores consumos foram registrados para as carnes suína (2%), peixes (1%) e outros (1%) (Figura 1).

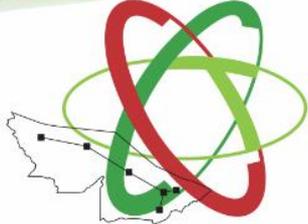
Figura 1: Carnes mais consumidas pelos entrevistados durante o ano



Fonte: Elaboração pelos autores (2022).

Dados semelhantes foram descritos por Silva *et al.* (2015) que constataram a preferência dos consumidores pelo consumo da carne bovina (56,06%) em relação às demais, sendo a carne de frango preferida por 23,48% da população estudada.

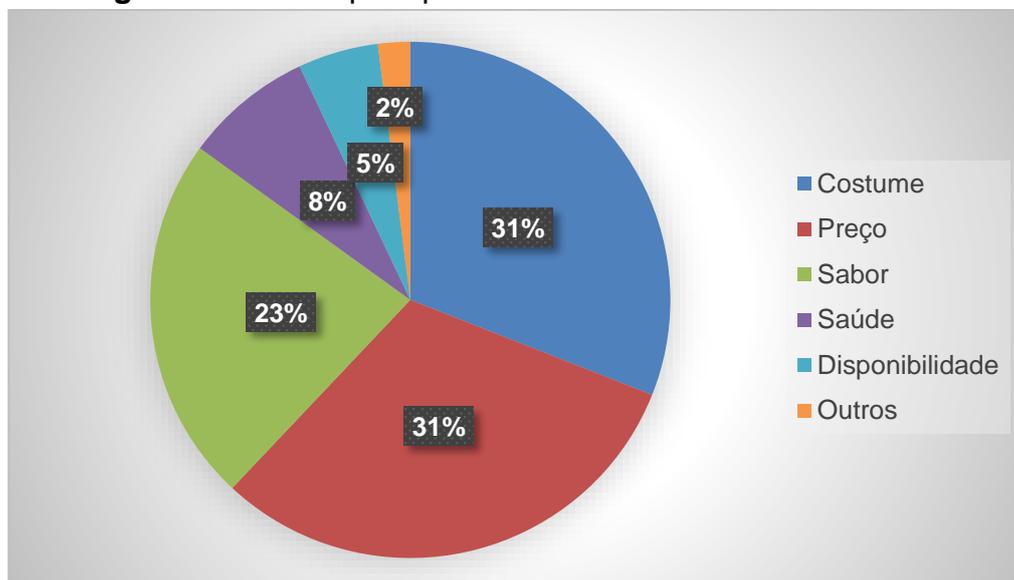
De toda forma, o consumo, na condição preferencial, da carne de frango no município de Rio Branco é expressivo, correspondendo a quase a metade do



consumo total de carnes, o que fortalece a cadeia produtiva avícola numa região predominantemente estruturada e consolidada na produção de carne bovina.

Quando questionados pelos motivos da preferência do consumo da carne, 31% dos entrevistados responderam o costume como principal motivação, 31% devido ao preço, 23% pelo sabor, 8% pelo valor nutritivo (saúde), 5% devido a disponibilidade e 2% responderam outros motivos (Figura 2).

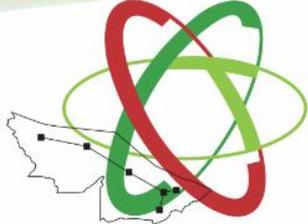
Figura 2: Motivos para preferência de consumo da carne escolhida



Fonte: Elaboração pelos autores (2022).

A preferência pela carne bovina pode ser atribuída em decorrência do município de Rio Branco ser um polo regional de produção desta carne, trazendo facilidade na sua aquisição, justificando a maior porcentagem de consumo devido ao costume. Outros fatores como os hábitos culturais e status social também podem influenciar positivamente na sua preferência de consumo. Esses resultados corroboram com a pesquisa realizada por Garcia *et al.* (2017) em seu estudo na cidade de Aquidauana – MS.

A carne bovina, possui um custo mais elevado com relação às outras carnes, e mesmo assim, ainda é consumida com maior frequência, o que evidencia que fatores relacionados ao costume e o sabor têm influência direta na aquisição desta carne no município de Rio Branco – AC.



O consumo da carne de frango pode estar mais associado ao menor custo de aquisição, mas fatores relacionados ao sabor, facilidade de preparo e valor nutritivo também são preponderantes no momento da aquisição. Em especial, o valor nutritivo (saúde) é um fator relevante na escolha das pessoas que necessitam de uma alimentação mais saudável e até mesmo mais restritivas, prescritas devido ao acometimento por doenças, geralmente as cardiovasculares.

Por isso, de acordo com Oliveira *et al.* (2015) as empresas aproveitam para utilizar estratégias de marketing voltadas para a questão de saúde, divulgando ser um produto que apresenta alto valor proteico, baixo nível de lipídios e de fácil digestão. Dessa forma, a percepção dos consumidores com relação a carne de frango necessita ser de um produto nutritivo e benéfico para manutenção de uma vida saudável.

Com relação a carne de frango, a forma mais consumida é em partes (peito, coxa, asa etc.), representando 86,3% das respostas obtidas, seguido pelo frango inteiro (12,5%), embutidos (0,8%), sendo que estes englobam salsichas e empanados por exemplo e em último lugar o consumo de miúdos (0,4%).

A indústria avícola avançou ao longo dos anos na confecção de uma variedade de produtos e opções ao consumidor, possibilitando a aquisição e consumo das partes de acordo com a preferência e necessidade do consumidor. Essa estratégia estimula o consumo da carne de frango pela população e amplia a disponibilidade de produtos pela cadeia avícola.

Na prática, os resultados encontrados nesta pesquisa, retratam essa mudança de hábito na aquisição dos produtos avícolas, onde o frango inteiro que era um dos poucos produtos disponibilizados no mercado, perdeu espaço na mesa do consumidor a partir da introdução de novos produtos e opções de aquisição.

Quando questionados pelos motivos das formas mais consumida da carne de frango, 37% responderam ser pela facilidade de preparo, 23% pelo preço, 18% pelo sabor, 12% pelo costume, 5% pelo valor nutritivo, 3% pela disponibilidade e 2% responderam outros (Figura 3).

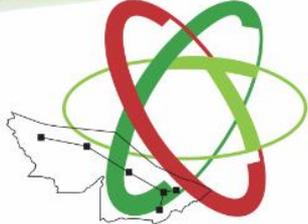
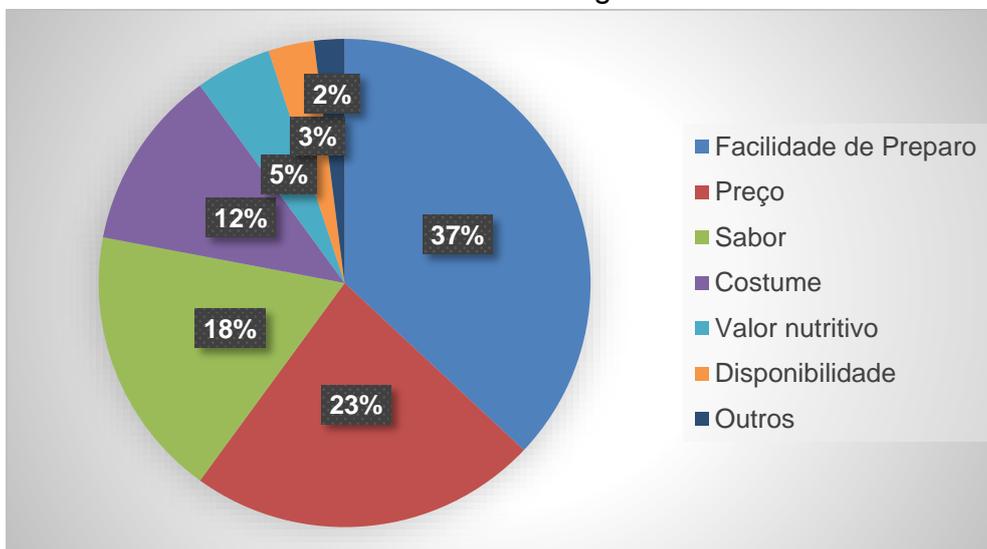


Figura 3: Motivos de escolha para as formas mais consumidas da carne de frango

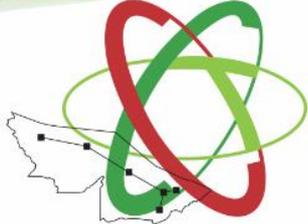


Fonte: Elaboração pelos autores (2022).

É possível notar a preferência do consumidor para o consumo das partes do frango. Esta condição pode estar ocorrendo devido a facilidade de preparo das partes associado ao pouco tempo disponível para o preparo das refeições pelas pessoas que trabalham em tempo integral e até mesmo pela diminuição de membros familiares que moram na mesma residência.

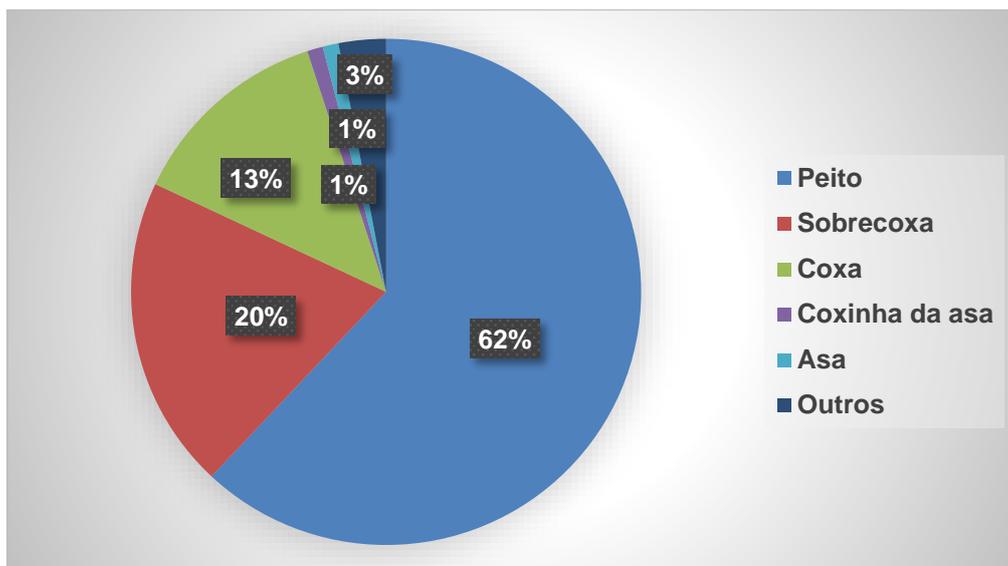
Nesse sentido, esses dados corroboram com os resultados encontrados por Figueiredo Júnior *et al.* (2017) onde a maioria dos entrevistados na cidade de João Pessoa – PB preferem comprar o frango em cortes e não o inteiro. Este comportamento, pela preferência pelos cortes, está associado a uma tendência de mercado, em que o consumo de frango inteiro tende a diminuir e o consumo de cortes aumenta, seguido pelos processados, que tendem a ganhar mais espaço no mercado (SCHMIDT e SILVA, 2018).

Todavia, Lima *et al.* (2020) em seu estudo na cidade de Capanema - PA, constataram a predominância pela preferência do consumo de frango inteiro, demonstrando uma diferença regional quando comparado a este estudo. A predominância da preferência pelo frango inteiro pode estar relacionada ao seu menor custo e hábito de consumo pela população.



Com relação as partes da carne de frango, a forma mais consumida é o peito (62%), seguida pela sobrecoxa (20%), coxa (13%), coxinha da asa (1%), asa (1%), dorso (0%) e 3% responderam outros (Figura 4).

Figura 4: Formas mais consumidas das partes da carne de frango



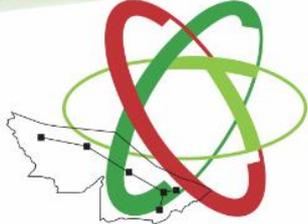
Fonte: Elaboração pelos autores (2022).

Normalmente, a preferência pelo peito do frango está relacionada à maior disponibilidade de carne e o seu valor nutritivo apresentar teores mais baixos de lipídeos, sobretudo sem a presença da pele, mesmo esse corte tendo um preço de mercado superior aos demais.

Nesse sentido, os consumidores que estão cada vez mais preocupados em levar uma vida saudável e mais longa procuram alimentos com alto valor biológico e reduzido impacto negativo na saúde, sobretudo quando é possível atrelar o custo-benefício de aquisição da proteína a uma boa alimentação.

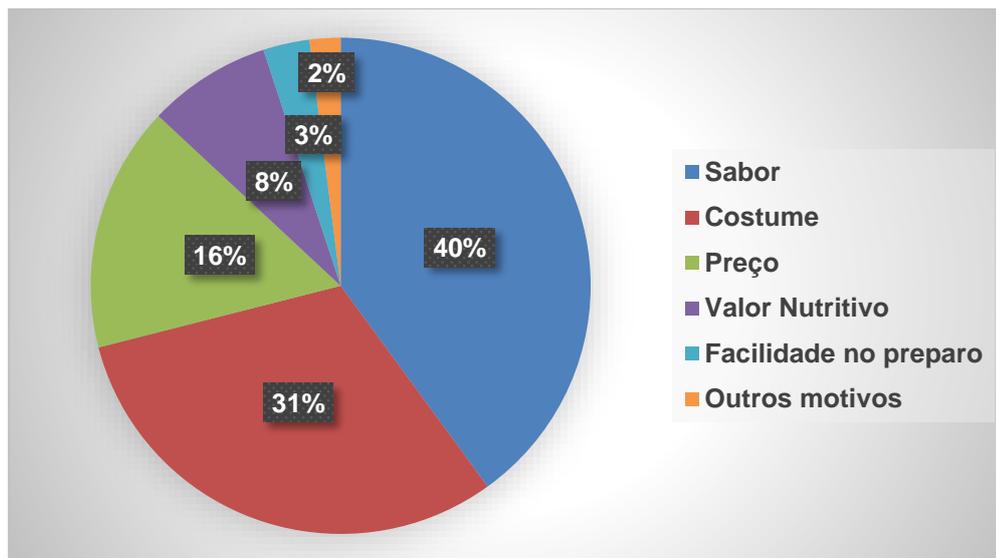
Por outro lado, o consumo de outras partes, como a sobrecoxa e coxa, pode ter relação, além do valor nutritivo, aos fatores relacionados ao sabor, preço e facilidade de preparo, que estimulam a procura e aquisição destes produtos.

Quando questionados pelo motivo para forma mais consumida das partes da carne de frango, 40% responderam ser pelo sabor, 31% responderam ser



pelo costume, 16% pelo preço, 8% pelo valor nutritivo, 3% pela facilidade no preparo, e 2% responderam outros motivos (Figura 5).

Figura 5: Motivos para a escolha das formas mais consumidas das partes da carne de frango

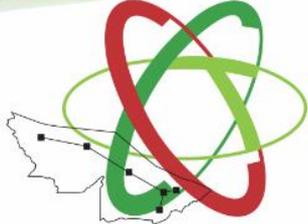


Fonte: Elaboração pelos autores (2022).

Os motivos relacionados ao preço e a facilidade de preparo na escolha de produtos têm sido uma realidade da sociedade moderna, devido ao ritmo de vida das pessoas. No entanto, em algumas regiões, outros fatores como o sabor e o costume de consumo ainda são relevantes e decisivos no momento da compra, mantendo-se as peculiaridades de apreço e tradições por determinadas carnes, conforme verificado neste estudo.

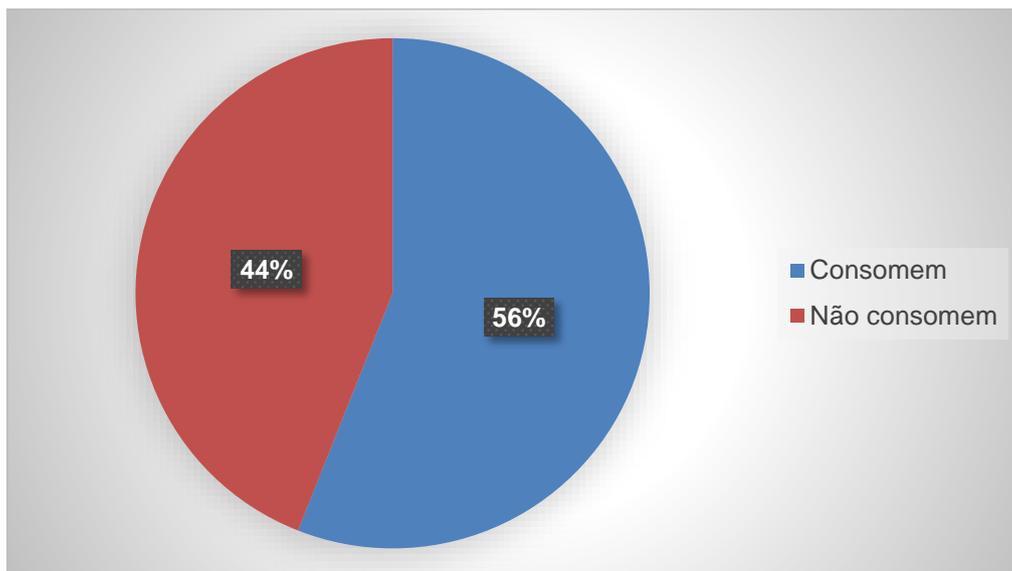
Silva *et al.* (2015) também apontaram em seu trabalho a preferência do consumidor pelo peito de frango, somando 40,15% dos entrevistados, sendo justificado pela facilidade de preparo desse tipo de corte e sua variabilidade com relação ao uso em diversas receitas.

A respeito do hábito de consumo do frango caipira, 56% dos entrevistados relataram possuir o hábito de consumo, enquanto 44% relataram não apresentar este hábito (Figura 6). Assim sendo, é possível afirmar que a maioria dos



consumidores do município de Rio Branco apresentam o hábito de consumir frango caipira.

Figura 6: Consumo habitual de frango caipira pelos rio-branquenses



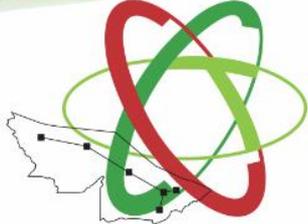
Fonte: Elaboração pelos autores (2022).

Além dos fatores inerentes aos aspectos qualitativos, o hábito de consumo dessa carne, tem os aspectos relacionados a criação “natural”, onde a população idealiza a produção das aves em contato direto com a natureza, atrelado as pequenas propriedades e ao ambiente social rural.

A avicultura caipira em Rio Branco tem se consolidado como uma atividade que promove uma diversificação na produção e renda das famílias, resultando no aumento da oferta destes produtos, e possibilitando o abastecimento contínuo no mercado consumidor.

Lima (2018) destacou em pesquisa realizada em três municípios do noroeste do Paraná (Londrina, Maringá e Campo Mourão), que os principais motivos pelos quais as pessoas não consomem habitualmente este produto é a indisponibilidade de compra e o alto custo para aquisição.

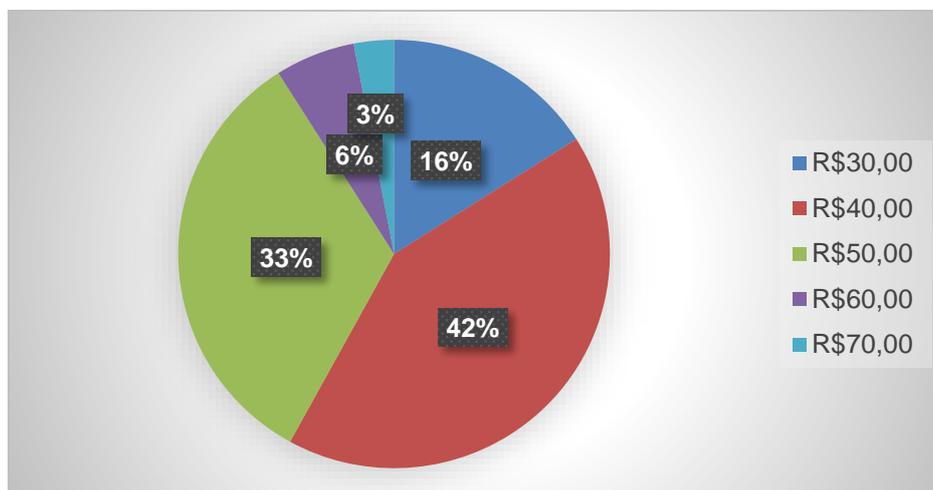
No município de Rio Branco esta hipótese é pouco provável, pelo frango caipira ser um alimento culturalmente estabelecido no cardápio da população,



assim como, a avicultura caipira ser uma atividade consolidada nas propriedades rurais, especialmente naquelas que exercem a agricultura familiar.

Quando questionados sobre o valor pago pelo frango caipira, 42% relataram que pagariam R\$40,00, 33% pagariam R\$50,00, 16% pagariam R\$30,00, 6% pagariam R\$60,00, e 3% pagariam R\$70,00 (Figura 7). Os dados encontrados coincidem com valor de venda nas feiras municipais da cidade de Rio Branco – Acre.

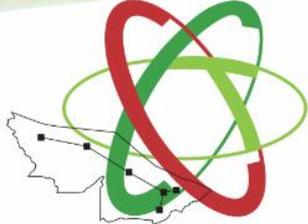
Figura 7: Valor que os consumidores pagariam pelo frango caipira



Fonte: Elaboração pelos autores (2022).

Para uma análise à nível mundial, pode-se converter este valor em reais para o dólar (US\$1,00 = R\$5,20), visto que essa moeda influencia diretamente no preço da matéria prima para alimentação animal, afetando o custo da produção, sendo assim, 75% dos consumidores pagariam valores entre US\$7,46 – US\$9,33. Este conhecimento a respeito dos preços é uma informação importante para produtores e empresas, tendo em vista, estes atores terem a possibilidade de estimar o seu lucro mediante o valor do custo de produção e a disponibilidade de pagamento pelo produto.

Semelhantemente, Camargo (2021) verificou em pesquisa sobre consumo de frango caipira no município de Marabá – PA, que a maioria dos



consumidores entrevistados (56,80%) pagam, pelo frango caipira, valores entre R\$40,00 – R\$50,00.

A partir desses resultados, tem-se a possibilidade da realização de um planejamento estratégico com intuito de atender às demandas do mercado consumidor, proporcionando uma margem de rentabilidade para os produtores e o comércio varejista e o fortalecimento dessa cadeia produtiva.

4 CONCLUSÕES

Para os consumidores da cidade de Rio Branco – AC, a carne de frango é a segunda opção de consumo, onde demonstram preferências para os cortes, devido a facilidade no preparo, com ênfase no corte tipo peito, principalmente em razão do sabor. Além disso, possuem o hábito de consumir frango caipira, revelando o potencial de mercado para este produto.

REFERÊNCIAS

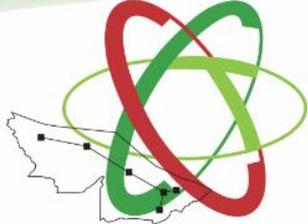
ABPA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEINA ANIMAL. **Relatório Anual 2021**. Disponível em: <http://abpa-br.org/mercados/>. Acesso em: 15 mai. 2022.

CAMARGO, T. O. L. **Influência de variáveis socioeconômicas no consumo de frango caipira: uma análise do mercado consumidor no município de Marabá – PA**. 2021. 33f. Monografia (Bacharelado em Agronomia) – Faculdade de Ciências Agrárias de Marabá, Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Marabá, 2021.

FERREIRA, L. S. **Estudo preditivo de intenção de compra de carne de frango no mercado brasileiro**. 2019. 102f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Programa De Pós-Graduação em Administração, Mestrado Profissional em Administração, Universidade Potiguar, Natal, 2019.

FIGUEIREDO JUNIOR, J. P.; GIVISIEZ, P. E. N.; SANTOS, E. G.; SANTANA, M. H. M.; OLIVEIRA, C. J. B.; SANTOS, T. S.; LIMA, D. F. F. Caracterização do consumo e perfil do consumidor de frango da cidade de João Pessoa-PB. **Revista Agropecuária Técnica**, v.38, n.3, p.153-159, 2017.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, v.35, n.3, p.105-112, 2000.



GARCIA, E. R. M.; SOUZA, R. P. P.; CAPPI, N.; ÁVILA, L. R.; FELICIANO, W. B.; CRUZ, F. K. Perfil do consumidor de carne de frango no município de Aquidauana, MS. **Veterinária e Zootecnia**, v.24, n. 2, p. 345-352, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ac/rio-branco/panorama>. Acesso em: 20 mai. 2022.

LIMA, A. M., MELO, W. O.; ALBUQUERQUE, G. D.; NASCIMENTO, J. B. A. M.; CÂNDIDO, E. P. Mercado consumidor de carne de frango e derivados em Capanema, Pará. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n.5, p.26810-26824. 2020.

LIMA, J. E. S. **Perfil do consumidor da carne de frango industrial e/ou caipira em três municípios do noroeste do Paraná**. 2018. 60f. Dissertação (Mestrado em Agroecologia) – Programa de Pós-Graduação em Agroecologia, Universidade Estadual de Maringá. Maringá, 2018.

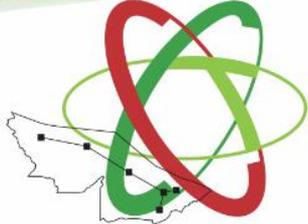
MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

OLIVEIRA, A. P.; FERREIRA, M. R.; SANTANTA JÚNIOR, H. A.; SANTOS, M. S.; BRITO, J. M.; MENDES, F. B. L. Caracterização do consumidor de carne de frango em Júlio Borges-PI. **Revista Científica Produção Animal**, v.17, n.2, p.129-141, 2015.

SANTOS, W. S.; LIMA, A. V.; NASCIMENTO, C. H.; CORDEIRO, L. S.; SOUZA, B. S.; MAIA, M. I. L.; AFO, D. I. B.; AZEVEDO, M. C.; ASSIS, H. J. X.; BORGES, P. F.; ARAÚJO, L. S. Perfil dos consumidores de carne de frango da cidade de Salgueiro – PE – Brasil. **Research, Society and Development**, v.11, n.12, p. 1 – 14, 2022.

SANTOS, L. A. **Caracterização do consumo e perfil do consumidor de frango na cidade de Chapadinha-MA**. 2019. 31 f. Monografia (Bacharelado em Zootecnia) – Centro de Ciências Agrárias e Ambientais, Universidade Federal do Maranhão. Chapadinha, 2019.

SCHMIDT, N. S.; SILVA, C. L. Pesquisa e Desenvolvimento na Cadeia Produtiva de Frangos de Corte no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 56, n. 3, p. 467-482, 2018



SILVA, C. M.; DIAS, M.; LOPES, K. L. A. M.; JUNQUEIRA, O. M.; NASCIMENTO, V. A. Perfil do consumidor de carne de frango do município de Jataí-GO. **Enciclopédia Biosfera**, v.11, n.21, p.1468-1478, 2015.

SILVA, L. M.; LIMA FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L. Perfil dos consumidores de carne de frango: um estudo de caso na cidade de Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul. **Informações Econômicas**, v.37, n.1, p.18-27, 2007.

TEIXEIRA, E. S. M.; TEIXEIRA, M. J. Importância da carne de frango brasileira no mercado mundial. In: **CONGRESSO FATECLOG, GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS NO AGRONEGÓCIO: DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO CONTEXTO ATUAL**. 2021.