

(x) Graduação () Pós-Graduação

**PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE O BEM-ESTAR NA AQUISIÇÃO
DE CARNE DE FRANGO ORGÂNICA NA REGIÃO METROPOLITANA DE
CUIABÁ-MT**

Kaio Lierlyson Teles Gomes
Universidade Federal de Mato Grosso
kaioteles54321@gmail.com

Anna Caroline Barbosa Alves Silva
Universidade Federal de Mato Grosso
annabarbosa940@gmail.com

Mairim Camargo da Silva Souza Machado
Universidade Federal de Mato Grosso
mairimmachado829@gmail.com

Camila Regina Almeida Vani
Universidade Federal de Mato Grosso
camilavani35@gmail.com

Diego Pierotti Procópio
Universidade Federal de Mato Grosso
diego.procopio.@ufmt.br

Heder José D'Avila Lima
Universidade Federal de Mato Grosso
hederdavila@yahoo.com.br

RESUMO

O estudo foi realizado com intuito de verificar a percepção dos consumidores da região metropolitana de Cuiabá-MT sobre o bem-estar da carne de frango orgânica. A pesquisa foi realizada no período de 14 de fevereiro a 05 de março e as informações de 120 pessoas foram coletadas através de um questionário semiestruturado. Dentre os principais resultados, constatou-se que a maior parte dos entrevistados era do sexo feminino (61,66%), com idade entre 18 a 25 anos (50,00%), ensino superior incompleto (49,16%) e renda domiciliar mensal superior a 6 salários mínimos (30,00%). Aproximadamente 80,83% estavam preocupados se os animais receberam uma alimentação e tiveram condições sanitárias de criação adequadas e 76,66% se os animais foram abatidos de forma indolor e em conformidade com as normas de bem-estar animal. Dessa forma, foi possível constatar que a variável de bem-estar animal é um importante componente que pode exercer influência no processo de compra de carne de frango orgânica dentre os consumidores dos municípios de Cuiabá e Várzea Grande-MT.

Palavras-chave: Alimentos alternativos; Avicultura; Mercado; Produção Limpa.

1 INTRODUÇÃO

O consumo *per capita* anual de carne de frango foi de 45,2 quilos no Brasil no ano de 2022. Em relação ao nível de produção, a produção de carne de frango no país foi de 12,64 milhões de toneladas (ton) em 2012 e, veio a aumentar para 14,52 milhões de ton. em 2022, uma expansão de 14,85% (ABPA, 2023). Uma consciência crescente sobre questões relacionadas à saúde, sustentabilidade ambiental e ética na produção alimentar tem impulsionado uma demanda cada vez maior por alimentos que sejam não apenas nutritivos e seguros, mas também produzidos de forma ética e sustentável. Essa evolução nas preferências dos consumidores reflete não apenas uma preocupação com o bem-estar pessoal, mas também uma crescente sensibilidade em relação ao bem-estar animal ao longo da cadeia de produção dos alimentos (CERTIFIED HUMANE BRASIL 2017).

O consumo de produtos provenientes de uma produção limpa tem aumentado gradualmente, principalmente devido à sua crescente popularidade em diversas camadas sociais, considerando a importância ambiental, o bem-estar animal e a saúde que são associados a essa produção (Toni *et al.*, 2020). Destaca-se também o aumento da demanda por alimentos orgânicos em virtude do maior interesse dos consumidores por uma alimentação mais saudável, natural e equilibrada sem a adição de produtos químicos sintéticos e que preserve o meio ambiente (Pouta *et al.*, 2010).

Para satisfazer adequadamente os mercados, demanda compreender as preferências alimentares das pessoas, assim como os contextos sociais, econômicos, ambientais e culturais em que são realizadas as transações econômicas (Egolf *et al.*, 2018). Dessa maneira, a análise das preferências e comportamentos dos consumidores impacta diretamente a lucratividade de todas as indústrias processadoras, incluindo a indústria de produção de carne e os produtores rurais (Ellies-oury *et al.*, 2019). Este fato destaca a importância de se estudar a percepção dos consumidores a respeito da atividade de produção de carne de frango orgânica no país.

Diante disso, o objetivo da presente pesquisa foi analisar a percepção dos consumidores residentes em Cuiabá e Várzea Grande (estado de Mato Grosso) sobre o bem-estar na aquisição de carne de frango orgânica. A pesquisa foi realizada no período de 14 de fevereiro a 05 de março de 2024 e um questionário semiestruturado via Google Forms foi utilizado para obter as informações de 120 pessoas.

2 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A maior parte dos entrevistados possuíam uma residência no município de Cuiabá-MT (82,5%), do sexo feminino (61,66%), com idade entre 18 a 25 anos (50,00%), ensino superior incompleto (49,16%) e renda domiciliar mensal superior a 6 salários mínimos (30,00%) (Tabela 1).

Tabela 1 – Perfil socioeconômico do consumidor de carne de frango na região metropolitana de Cuiabá – MT

Gênero	Quantidade de entrevistados	Porcentagem em relação ao total
Masculino	45	37,51%
Feminino	74	61,66%
Prefiro não dizer/outros	1	0,83
Idade		
De 15 a menos de 18 anos	1	0,83%
De 18 a menos de 25 anos	60	50,0%
De 25 a menos de 35 anos	27	22,05%
De 35 a menos de 45 anos	10	8,33%
De 45 a menos de 55 anos	13	10,83%
Mais de 55 anos	9	7,5%
Qual o seu nível de escolaridade?		
Até o ensino fundamental	0	0%
Ensino médio completo	12	10%
Ensino superior incompleto	59	49,16%
Ensino superior completo	16	13,33%
Pós-graduação completa	33	27,5%
Qual a renda domiciliar mensal?		
Até 1 salário mínimo (R\$1.412,00)	14	11,66%
De 1 a dois salários mínimos (R\$1.412,00 à R\$2.824,00)	22	18,33%
De 2 a 4 salários mínimos (R\$2.824,00 à R\$5.648,00)	34	28,33%
De 4 a 6 salários mínimos (R\$5.648,00 à R\$8.472,00)	14	11,66%
Mais que 6 salários mínimos (R\$8.472,00)	36	30%
Quantas vezes por semana você come carne de frango?		
Não como carne de frango	0	0%
Apenas 1 vez na semana	10	8,33%
2 a 3 vezes por semana	79	65,83%
Pelo menos 4 vezes por semana	28	23,33%
Todo dia	3	2,5%

Fonte: Resultado da pesquisa.

Em Salgueiro – PE foi feita uma avaliação dos consumidores de carne de frango, com 364 entrevistados e observou-se que a maior parte dos entrevistados eram do sexo feminino (60,44%), com idade entre 20 e 25 anos (26,11%), e com renda de 2 a 3 salários mínimos (30,0%) (Santos *et al.*, 2022). Em relação ao consumo de carne de frango orgânica, cerca de 54,16% dos entrevistados estiveram preocupados com a condição de criação dos animais, que deveria ser o mais livre e naturalmente possível (Tabela 2).

Tabela 02 – Percepção dos consumidores sobre o bem-estar animal na aquisição de carne de frango orgânica na região metropolitana de Cuiabá-MT

Bem-estar animal	1	2	3	4	5
Eu estou preocupado se os animais foram criados o mais livre e naturalmente possível.	12	14	29	29	36
Eu estou preocupado se os animais foram tratados de maneira humanitária e ética ao longo de suas vidas.	10	9	13	33	55
Eu estou preocupado se os animais receberam alimentação e condições sanitárias adequadas.	5	7	11	25	72
Eu estou preocupado se os animais foram abatidos de forma indolor e em conformidade com as normas de bem-estar animal.	8	10	10	24	68

Fonte: Resultado da pesquisa. Nota: 1 – Discordo totalmente, 2 – Discordo parcialmente, 3 – Nem discordo, nem concordo, 4 – Concordo parcialmente, 5 – Concordo totalmente.

Aproximadamente 80,83% estiveram preocupadas se os animais receberam uma alimentação e tiveram condições sanitárias de criação adequadas e 76,66% se os animais foram abatidos de forma indolor e em conformidade com as normas de bem-estar animal (Tabela 2). Em uma pesquisa realizada na cidade de Aquidauana - MS, foi encontrado o resultado de que os consumidores na maioria das vezes não consideram o bem-estar animal no processo de compra de carne (Escobar *et al.*, 2022). Por sua vez, em Fortaleza – CE, parte dos consumidores entrevistados (216 indivíduos) estariam dispostos a pagar mais caro por produtos de origem animal com certificação de bem-estar animal (Queiroz *et al.*, 2014).

3 CONCLUSÕES

Foi possível verificar que dentre os consumidores da região metropolitana de Cuiabá-MT, o bem-estar animal é uma importante variável que pode influenciar o processo de compra de carne de frango orgânica. O bem-estar animal está relacionado com as condições de criação, à alimentação e ao abate das aves.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, J.; CECCHIN, D.; PINTO, F.; NEPOMUCENO, G.; SILVA, F. Percepção dos consumidores sobre o bem-estar dos animais de produção em Niterói (RJ). **Energia na Agricultura**, Botucatu, v. 34, n. 4, p. 501-510, outubro-dezembro, 2019.

CERTIFIED HUMANE Brasil. **Boas práticas de bem-estar animal: consumidores pressionam empresas.** Urssanga/SC 2017. Disponível em: <https://certifiedhumanebrasil.org/boas-praticas-de-bem-estar-animal-pressao-consumidores/#:~:text=Uma%20das%20for%C3%A7as%20a%20empurrar,aves%20que%20lhes%20deram%20origem> Acesso em: 15 mar. 2024.

EGOLF, A.; SIEGRIST, M.; HARTMANN, C. How people's food disgust sensitivity shapes their eating and food behaviour. **Appetite**, v.127, p.28-36, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.04.014>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666317315684>. Acesso em: 02 de abril de 2024.

ELLIES-OURY, M. P.; LEE, A.; JACOB, H.; HOCQUETT, J. F. Meat consumption—what French consumers feel about the quality of beef?. **Italian Journal of Animal Science**, v. 18, n. 1, p. 646–656, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/1828051X.2018.1551072>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1828051X.2018.1551072>. Acesso em: 05 de abril de 2024.

ESCOBAR, L. S.; NASCIMENTO, J. D.; GALHARDO, A. G.; CUNHA, L. S. R.; ROHOD, R. V.; OLIVEIRA, D. M.. Percepção de consumidores da relação entre qualidade da carne e bem-estar animal. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente - RAMA** v. 15, n. 4, 2021. DOI: XXXX Disponível em: endereço eletrônico. Acesso em:

MARCIEL, Camila. Brasileiros estão dispostos a pagar mais por alimentos saudáveis. **Agência Brasil**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-11/brasileiros-estao-dispostos-pagar-mais-por-alimentos-saudaveis>. Acesso em: 12 mar. 2024.

POUTA, E.; HEIKKILÄ, J.; FORSMAN-HUGG, S.; ISONIEMI, M.; MÄKELÄ, J. Consumer choice of broiler meat: the effects of country of origin and production methods. **Food Quality and Preference**, v. 21, n. 5, p. 539-546, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.02.004>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329310000273>. Acesso em: 05 de abril de 2024.

QUEIROZ, M.; BARBOSA FILHO, J.; ALBIERO, D.; BRASIL, D.; MELO, R. Percepção dos consumidores sobre o bem-estar dos animais de produção em Fortaleza, Ceará. **Revista Ciência Agronômica**, v. 45, n. 2, p. 379-386, abr/jun, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1806-66902014000200020>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rca/a/3Y3bGhvYbBpwMYFWC9qhQcP/?lang=pt>. Acesso em: 04 de abril de 2024.