REVISTA TÓPICOS
ISSN 2965-6672 | Qualis A2

DO CAMPO AO MERCADO: GESTÃO ESTRATÉGICA DA AVICULTURA AGROECOLÓGICA FAMILIAR NO MÉDIO SERTÃO ALAGOANO

FROM FARM TO MARKET: STRATEGIC MANAGEMENT OF FAMILY AGROECOLOGICAL POULTRY FARMING IN THE ALAGOAS MID-BACKLANDS (MÉDIO SERTÃO ALAGOANO)

Ciências Agrárias, Ciências Sociais Aplicadas • 25/08/2026

REGISTRO DOI: 10.70773/revistatopicos/787628646

Rômulo Raone Silva Nascimento[1]

Vitória Régia Ramos de Albuquerque Rocha Ramalho[2]

Hully Monaisy Alencar Lima[3]

Vitor Rafael Melo Farias[4]

RESUMO

Este artigo analisa a avicultura agroecológica familiar no Médio Sertão Alagoano sob a ótica da gestão estratégica, tratando a produção, a comercialização e o consumo como elos de uma mesma cadeia de valor a ser gerida de forma integrada. O objetivo foi analisar o perfil produtivo dos criadores familiares e o comportamento dos consumidores locais, identificando oportunidades de gestão que fortaleçam a competitividade da atividade e o desenvolvimento sustentável da região. Trata-se de pesquisa descritiva, de abordagem quali-quantitativa e método indutivo, realizada entre setembro de 2025 e julho de 2026 nos municípios de Santana do Ipanema, Olivença e Olho d'Água das Flores, com amostragem não probabilística composta por 50 produtores rurais e 39 consumidores. Os dados foram coletados por meio de questionários estruturados e analisados por estatística descritiva e pelo método do Discurso do Sujeito Coletivo. Os resultados evidenciam um modelo de gestão ainda predominantemente tradicional, com baixa adoção de tecnologias formais, escassa assistência técnica e comercialização concentrada em canais curtos e informais, como a venda direta em casa e porta a porta. Do lado da demanda, verificou-se elevado reconhecimento, pelos consumidores, do valor social, ambiental e econômico da produção local, com 56,4% declarando disposição a pagar mais por produtos agroecológicos. Conclui-se que o fortalecimento competitivo da cadeia depende da estruturação de uma gestão estratégica que integre assistência técnica, organização da comercialização, políticas públicas de apoio e educação do consumidor, transformando um sistema de subsistência em um modelo de negócio rural mais profissionalizado e sustentável.

Palavras-chave: Gestão Estratégica; Agricultura Familiar; Avicultura Agroecológica; Cadeia de Valor; Comportamento do Consumidor.

ABSTRACT

This article analyzes family-based agroecological poultry farming in the Alagoas Mid-Backlands (Médio Sertão Alagoano) from a strategic management perspective, treating production, commercialization, and consumption as interconnected links of a single value chain to be managed in an integrated way. The study aimed to analyze the productive profile of family farmers and the behavior of local consumers, identifying management opportunities that strengthen the activity's competitiveness and the region's sustainable development. This descriptive study, with a qualitative-quantitative approach and inductive method, was conducted between September 2025 and July 2026 in the municipalities of Santana do Ipanema, Olivença, and Olho d'Água das Flores, with a non-probabilistic sample of 50 rural producers and 39 consumers. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using descriptive statistics and the Collective Subject Discourse method. Results reveal a management model that remains predominantly traditional, marked by low adoption of formal technologies, scarce technical assistance, and commercialization concentrated in short, informal channels such as direct home sales and door-to-door selling. On the demand side, consumers showed strong recognition of the social, environmental, and economic value of local production, with 56.4% stating a willingness to pay more for agroecological products. The study concludes that strengthening the chain's competitiveness depends on structuring a strategic management approach that integrates technical assistance, organized commercialization, supportive public policy, and consumer education, turning a subsistence system into a more professionalized and sustainable rural business model.

Keywords: Strategic Management; Family Farming; Agroecological Poultry Farming; Value Chain; Consumer Behavior.

1. INTRODUÇÃO

A avicultura ocupa posição de destaque na produção brasileira de alimentos, sustentada por indicadores de produtividade entre os mais elevados do mundo: em 2020, o país produziu 13,845 milhões de toneladas de carne de frango, das quais cerca de 69,0% destinadas ao mercado interno, resultando em consumo per capita próximo de 45,27 kg/ano (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL, 2020). Esse desempenho, todavia, está associado ao modelo industrial e integrado da cadeia, um cenário de gestão bastante distinto do da avicultura de base familiar praticada no semiárido nordestino, cujos indicadores de produtividade, tecnificação e assistência técnica permanecem muito inferiores aos das regiões Sul e Sudeste (SANTANA et al., 2020).

No Médio Sertão Alagoano, a agricultura familiar se expressa, em grande parte, por meio de sistemas extensivos de criação de aves, conduzidos com pouco acesso a conhecimento técnico-científico formal e forte dependência de práticas tradicionais transmitidas entre gerações. Do ponto de vista da gestão do negócio rural, trata-se de uma atividade que raramente é tratada como cadeia produtiva organizada: falta planejamento da produção, dos custos, da comercialização e da relação com o consumidor, elementos centrais de qualquer estratégia de negócio. Dado nacional recente reforça esse cenário de baixa estruturação gerencial: apenas 7,3% dos estabelecimentos de agricultura familiar do Nordeste têm acesso a assistência técnica, o menor percentual entre as regiões brasileiras (SILVA; NUNES, 2025), o que ajuda a explicar a persistência de práticas rústicas mesmo diante do potencial produtivo e comercial da região.

Ainda assim, a avicultura caipira tem ganhado reconhecimento institucional como vetor de desenvolvimento regional: em 2024, o Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional lançou, em Sergipe, um polo da Rota de Integração Nacional da Avicultura Caipira voltado ao semiárido nordestino (AVICULTURA CAIPIRA, 2024), e estudos sobre desenvolvimento regional apontam a avicultura familiar como uma das alternativas de diversificação econômica e geração de renda mais viáveis para pequenas propriedades do sertão alagoano (LIMA, 2024). Paralelamente, grande parte dos consumidores locais desconhece as práticas de manejo envolvidas na criação agroecológica, o que contribui para a desvalorização comercial da atividade e para o distanciamento entre produtores e comunidade, reduzindo o poder de negociação do pequeno produtor frente ao mercado.

Diante do exposto, este trabalho parte do pressuposto de que o fortalecimento competitivo da avicultura agroecológica familiar no Médio Sertão Alagoano não depende apenas da qualificação técnica das práticas de manejo, mas também da adoção de uma lógica de gestão estratégica que organize a produção, a comercialização e a relação com o consumidor como elos articulados de uma mesma cadeia de valor. Assim, o presente estudo teve como objetivo analisar o perfil da produção e do consumo da avicultura agroecológica no Médio Sertão Alagoano, considerando as práticas de manejo e de comercialização adotadas pelos produtores e o comportamento dos consumidores em relação ao bem-estar animal e à disposição de pagar mais pela carne e pelos ovos produzidos nesses sistemas, de modo a identificar oportunidades de gestão capazes de transformar a atividade em um modelo de negócio rural mais estruturado, competitivo e sustentável.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA OU REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Avicultura Familiar e Agroecologia no Semiárido Nordestino

A avicultura de base familiar no semiárido nordestino caracteriza-se por sistemas extensivos e semiextensivos, baixa escolaridade dos produtores e forte dependência de saberes empíricos como elementos estruturantes da atividade. Diagnóstico socioeconômico realizado com produtores de frango caipira no semiárido brasileiro constatou que cerca de 64% dos criadores não possuem ao menos o ensino médio completo, condição que tende a comprometer o acesso a práticas técnicas e agroecológicas mais estruturadas e, por extensão, a capacidade de gestão do negócio (SANTANA et al., 2020). Nessa mesma linha, o Observatório da Agricultura Familiar (2024) descreve os sistemas brasileiros de criação de galinha caipira como majoritariamente rústicos e de baixa tecnificação, ainda que reconhecidos por sua contribuição à segurança alimentar e à geração de renda no meio rural.

Mendes et al. (2023) discutem o fortalecimento do frango caipira como alternativa de renda e de adaptação às condições edafoclimáticas do semiárido, associando o desempenho produtivo desses sistemas à valorização comercial junto a consumidores que buscam produtos diferenciados e ligados a práticas tradicionais. Rocha, Viana e Azevedo (2025), ao discutir o desenvolvimento sustentável da avicultura familiar, reforçam que a sustentabilidade da atividade depende do equilíbrio entre geração de renda, preservação ambiental e bem-estar animal, dimensões que, do ponto de vista da gestão, precisam ser tratadas de forma integrada e não apenas como consequências espontâneas do manejo tradicional.

2.2. Gestão Estratégica e Cadeia de Valor na Agricultura Familiar

Tratar a avicultura familiar como cadeia de valor implica reconhecer que produção, beneficiamento, comercialização e consumo formam um sistema interdependente, cuja competitividade depende da coordenação entre seus elos e não apenas do desempenho isolado de cada etapa. Silva, Reis e Couto (2020), ao analisarem dados do Censo Agropecuário 2017 para a agricultura familiar baiana, identificaram que o aproveitamento de insumos e mão de obra da própria unidade produtiva constitui uma das principais estratégias de resiliência econômica desses estabelecimentos no semiárido nordestino, sobretudo diante da escassez de crédito e de assistência técnica — um padrão de gestão informal, porém funcional, que reduz custos, mas também limita a escala e a padronização necessárias para acessar mercados mais estruturados.

Nesse contexto, a ausência de assistência técnica funciona como principal gargalo de gestão da cadeia produtiva: revisão recente sobre avicultura de subsistência aponta que o baixo nível de escolaridade dos produtores está associado à ausência de registros de manejo, alojamento e desempenho zootécnico, e identifica a escassez de assistência técnica como o principal entrave ao longo de todo o ciclo produtivo (BATISTA; VALVERDE; CAVALCANTE, 2025). Dado nacional recente dimensiona esse problema para o Nordeste: apenas 7,3% dos estabelecimentos de agricultura familiar da região têm acesso a assistência técnica, o menor percentual entre as regiões brasileiras (SILVA; NUNES, 2025). Do ponto de vista da gestão estratégica, esse dado evidencia que a competitividade da cadeia não pode depender apenas da capacidade individual do produtor, exigindo políticas públicas e arranjos institucionais de apoio à governança da cadeia produtiva.

2.3. Comportamento do Consumidor e Disposição a Pagar por Produtos Agroecológicos

A viabilidade comercial de qualquer estratégia de valorização da produção agroecológica depende, em última instância, da capacidade do consumidor de reconhecer a diferença entre produtos e de estar disposto a pagar por ela. Castro et al. (2020), em estudo sobre o perfil e a percepção de consumidores de produtos agroecológicos em feiras livres, verificaram que o reconhecimento do valor ambiental e social da produção local está associado a maior escolaridade e a maior proximidade entre produtor e consumidor, reforçando a importância de estratégias de aproximação e comunicação como parte da gestão comercial da cadeia. De forma complementar, estudo sobre a percepção de consumidores acerca da relação entre qualidade da carne e bem-estar animal identificou que atributos como origem, forma de criação e segurança alimentar figuram entre os principais critérios de decisão de compra de produtos avícolas (PERCEPÇÃO DE CONSUMIDORES..., 2022).

Esses achados sugerem que a gestão estratégica da avicultura agroecológica familiar não pode se restringir ao lado da oferta: a educação do consumidor e a comunicação sobre as práticas de produção são, também, instrumentos de gestão comercial capazes de sustentar preços diferenciados e de consolidar mercados locais mais estáveis para os pequenos produtores do Médio Sertão Alagoano.

3. METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida entre setembro de 2025 e julho de 2026 nos municípios de Santana do Ipanema, Olivença e Olho d'Água das

Flores, localizados no Médio Sertão Alagoano. Trata-se de pesquisa descritiva, de abordagem quali-quantitativa e método indutivo, orientada a mapear o perfil produtivo e comercial dos criadores e o comportamento de compra dos consumidores locais como base para a discussão de estratégias de gestão da cadeia. A amostragem foi não probabilística, por conveniência, composta por 50 produtores rurais e 39 consumidores selecionados de acordo com a disponibilidade e o aceite em participar do estudo. Embora esse tipo de amostragem não permita generalizações para toda a população regional, mostrou-se adequado aos objetivos exploratórios da pesquisa e às limitações operacionais do trabalho de campo.

A coleta de dados ocorreu por meio de questionários estruturados, aplicados presencialmente, por telefone, via Google Forms e com apoio da EMATER-AL, durante atividades de assistência técnica e extensão rural, além de uma versão impressa cujas respostas foram posteriormente inseridas na plataforma digital para padronização do banco de dados. As abordagens foram realizadas de forma aleatória em estabelecimentos comerciais e espaços públicos, contemplando consumidores em momento de compra e produtores rurais, sempre com esclarecimento prévio sobre os objetivos da pesquisa e garantia de participação voluntária.

O questionário foi adaptado de Silva (2014) e estruturado com categorias de resposta previamente definidas. Os dados qualitativos foram analisados por meio do método do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), enquanto os dados quantitativos foram tratados por estatística descritiva, com médias aritméticas, percentuais e distribuição de frequências relativas, conforme Duboc (2009) e Sampaio (1998). O processamento e a tabulação dos dados permitiram organizar os resultados em duas dimensões

complementares de gestão da cadeia produtiva: a dimensão da oferta, referente ao perfil e às práticas dos produtores, e a dimensão da demanda, referente ao perfil e à percepção dos consumidores.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados foram organizados em duas etapas, referentes às duas categorias de sujeitos pesquisados: os produtores rurais de aves (n = 50) e os consumidores de produtos avícolas (n = 39). Essa divisão permite compreender, de um lado, como a produção agroecológica é gerida no Médio Sertão Alagoano e, de outro, como ela é percebida e valorizada por quem consome seus produtos as duas pontas de uma mesma cadeia de valor.

4.1. Perfil e Gestão da Produção

Entre os 50 produtores entrevistados, verificou-se predominância de sistemas tradicionais de criação, com baixo uso de tecnologias formais e forte dependência de recursos locais. A análise da escolaridade mostrou que parte significativa dos produtores possui, no máximo, o ensino fundamental incompleto (Tabela 1), padrão que confirma o diagnóstico de Santana et al. (2020) e que, do ponto de vista da gestão, limita o acesso dos produtores a práticas técnicas e agroecológicas mais estruturadas, bem como a ferramentas básicas de planejamento e controle da atividade.

Tabela 1. Escolaridade dos produtores entrevistados (n = 50)

Grau de escolaridade	Frequência (%)
Analfabeto	14,0
Ensino fundamental incompleto	22,0

Ensino fundamental completo	20,0
Ensino médio incompleto	18,0
Ensino médio completo	12,0
Ensino superior	14,0

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Quanto ao sistema de criação, observou-se predomínio do manejo semiconfinado e solto, com baixa adesão ao confinamento (Tabela 2), resultado em consonância com o Observatório da Agricultura Familiar (2024), que descreve os sistemas brasileiros de criação de galinha caipira como majoritariamente rústicos e de baixa tecnificação. A predominância de aves de dupla aptidão poedeiras e frango caipira reforça a leitura de Mendes et al. (2023) sobre o fortalecimento do frango caipira como alternativa de renda e de adaptação às condições edafoclimáticas do semiárido, e converge com o potencial de valorização comercial desse tipo de criação junto a consumidores que buscam produtos diferenciados.

Tabela 2. Sistema de criação adotado pelos produtores (n = 50)

Sistema de criação	**Frequência (%)**
Semiconfinado	58,0
Solto	38,0
Confinado	4,0

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A produção de parte da ração na própria propriedade (56% dos casos) e a reutilização de resíduos e restos alimentares na alimentação das aves (82%) evidenciam estratégias de redução de custos e de maior autonomia produtiva, características centrais da agricultura familiar de base agroecológica. Esse padrão está alinhado ao que Silva, Reis e Couto (2020) identificaram para a agricultura familiar baiana: o aproveitamento de insumos e mão de obra da própria unidade produtiva é uma das principais estratégias de resiliência econômica desses estabelecimentos no semiárido nordestino, sobretudo diante da escassez de crédito e de assistência técnica. Do ponto de vista da gestão de custos, trata-se de uma estratégia eficaz para a sobrevivência do negócio, mas que, isoladamente, não substitui a necessidade de planejamento formal da produção.

No que diz respeito à comercialização elo crítico da cadeia de valor sob a ótica da gestão estratégica, 48% dos produtores vendem principalmente ovos, 28% comercializam aves vivas e 18% produzem apenas para consumo próprio, sendo a venda concentrada em casa (50%) e porta a porta (20%) (Tabela 3). Esse padrão de circuito curto, com venda direta ao consumidor e redução de intermediários, é característico da agricultura familiar em contextos de baixa infraestrutura comercial, conforme discutido por Mendes et al. (2023) para a comercialização de ovos e por estudos sobre a agricultura familiar nordestina, que apontam a venda direta como estratégia de fortalecimento de renda e de aproximação entre produtor e consumidor (SILVA; NUNES, 2025). Ainda assim, a ausência de canais de comercialização mais estruturados como feiras organizadas, cooperativas ou plataformas de entrega indica uma lacuna de gestão comercial que limita o potencial de escala e de agregação de valor da atividade.

Tabela 3. Local de comercialização da produção (n = 50)

Local de comercialização	Frequência (%)
Venda em casa	50,0
Porta a porta	20,0
Mercado municipal	14,0
Feira livre	8,0
Outros (sob encomenda, delivery)	8,0

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Por fim, constatou-se que 90% dos produtores utilizam remédios naturais no manejo sanitário das aves, evidenciando forte presença de práticas tradicionais e baixa dependência de insumos veterinários industrializados. Embora esse resultado indique alinhamento com princípios agroecológicos de autonomia produtiva (MENDES et al., 2023), ele também acende um alerta de gestão de risco sanitário: revisão sobre avicultura de subsistência aponta que o manejo sanitário informal, associado à baixa escolaridade e à ausência de orientação técnica, está entre os principais fatores de risco para a ocorrência de endoparasitas e outras enfermidades em plantéis de fundo de quintal no Nordeste (BATISTA; VALVERDE; CAVALCANTE, 2025), o que reforça a necessidade de que a valorização do saber tradicional caminhe junto com ações de extensão rural voltadas à sanidade animal e à gestão de riscos da atividade.

4.2. Perfil e Percepção dos Consumidores

Entre os 39 consumidores entrevistados, observou-se predominância de jovens de 15 a 25 anos, com ensino superior e

renda familiar concentrada entre até um e três salários mínimos, faixa que reuniu 87,2% do total das respostas (Tabela 4). Esse perfil jovem, escolarizado e de renda média-baixa é semelhante ao identificado por Castro et al. (2020) para consumidores de produtos agroecológicos em feiras livres, cuja pesquisa indicou que a escolaridade e o acesso à informação, mais do que a renda isoladamente, são determinantes da disposição do consumidor a valorizar produtos de base agroecológica achado relevante para a definição de estratégias de comunicação e posicionamento comercial voltadas a esse público.

Tabela 4. Renda familiar aproximada dos consumidores entrevistados (n = 39)

Faixa de renda familiar	Frequência (%)
Até 1 salário mínimo	48,7
De 1 a 3 salários mínimos	38,5
De 3 a 5 salários mínimos	10,3
Acima de 5 salários mínimos	2,5

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Quanto aos hábitos de consumo, 48,7% dos entrevistados afirmaram consumir ovos diariamente e 23,1% de três a quatro vezes por semana, evidenciando que o ovo é um alimento de presença regular na dieta da população local resultado esperado em uma região onde a criação de aves de fundo de quintal é bastante disseminada. Já em relação à percepção sobre a produção agroecológica (Tabela 5), os resultados mostraram que 61,5% dos consumidores acreditam que sistemas agroecológicos promovem maior bem-estar animal, 76,9%

reconhecem que a compra de produtores locais fortalece a economia do sertão e 64,1% associam a produção agroecológica à preservação ambiental. Além disso, 56,4% afirmaram que pagariam mais por produtos oriundos desses sistemas, sendo a qualidade apontada como um dos principais fatores que influenciam a decisão de compra resultado convergente com o de estudo sobre a percepção de consumidores acerca da relação entre qualidade da carne e bem-estar animal (PERCEPÇÃO DE CONSUMIDORES..., 2022).

Tabela 5. Percepção dos consumidores sobre a produção agroecológica (n = 39)

Percepção do consumidor	Concordância (%)
Compra de produtores locais fortalece a economia do sertão	76,9
Produção agroecológica está associada à preservação ambiental	64,1
Sistemas agroecológicos promovem maior bem-estar animal	61,5
Disposição a pagar mais por produtos agroecológicos	56,4

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Do ponto de vista da gestão estratégica da cadeia, esse conjunto de resultados indica um paradoxo relevante para o negócio: existe demanda latente e disposição a pagar mais por parte de um público jovem e escolarizado, mas essa demanda não encontra, do lado da oferta, canais de comercialização organizados capazes de capturar esse valor de forma consistente. A distância entre o reconhecimento

simbólico da produção agroecológica e sua efetiva valorização comercial evidencia que investir apenas na produção, sem investir em gestão comercial e em comunicação com o consumidor, tende a limitar o potencial de geração de renda da atividade no Médio Sertão Alagoano.

5. CONCLUSÃO

Os resultados demonstram que a avicultura agroecológica familiar constitui uma importante estratégia de geração de renda, segurança alimentar e desenvolvimento sustentável no Médio Sertão Alagoano, ainda operando, contudo, sob um modelo de gestão predominantemente informal e tradicional. A predominância de sistemas semiconfinados e soltos, a baixa escolaridade dos produtores e a escassa assistência técnica evidenciam a capacidade de adaptação dos agricultores às condições do semiárido, mas também revelam limitações estruturais de gestão que restringem o crescimento e a profissionalização da atividade.

Do ponto de vista dos consumidores, verificou-se elevado reconhecimento da importância da produção local e disposição concreta a pagar mais por produtos agroecológicos, mesmo diante do limitado conhecimento técnico sobre os princípios da agroecologia um sinal de mercado que ainda não é plenamente capturado pelos produtores devido à ausência de canais de comercialização mais estruturados. Dessa forma, conclui-se que o fortalecimento competitivo da cadeia produtiva depende da adoção de uma gestão estratégica que integre assistência técnica, organização da comercialização em canais mais estáveis, políticas públicas de apoio à agricultura familiar, educação do consumidor e valorização dos mercados locais, elementos que, articulados, podem

transformar a avicultura de fundo de quintal em um modelo de negócio rural mais competitivo e sustentável.

Recomenda-se que estudos futuros ampliem a abrangência geográfica da pesquisa, utilizem amostras probabilísticas, incorporem análises econômicas mais aprofundadas da disposição a pagar por produtos oriundos de sistemas agroecológicos e explorem, em maior profundidade, modelos de gestão associativa e cooperativa como alternativa de estruturação comercial para pequenos produtores do semiárido alagoano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL (ABPA). **Relatório Anual 2020.** São Paulo: ABPA, 2020. Disponível em: https://abpa-br.org. Acesso em: 20 fev. 2026.

AVICULTURA CAIPIRA. **Rota de Integração Nacional da Avicultura Caipira:** semiárido nordestino. Brasil61, 11 out. 2024. Disponível em: https://brasil61.com/n/rota-da-avicultura-caipira-setor-tem-potencial-gigantesco-diz-secretaria-nacional-de-politicas-de-desenvolvimento-regional-e-territorial-do-midr-pmdr242748. Acesso em: 5 jul. 2026.

BATISTA, R. A.; VALVERDE, K. C.; CAVALCANTE, J. M. Desafios sanitários na avicultura de subsistência: uma revisão. **Revista Meio Ambiente e Sustentabilidade,** [s. l.], 2025. Disponível em: https://www.revistasuninter.com/revistameioambiente/index.php/meioAmbiente/article/view/1158. Acesso em: 5 jul. 2026.

CASTRO, M. M. et al. Perfil e percepção dos consumidores de produtos agroecológicos em feira livre. **Cadernos de Agroecologia,**

[s. l.], v. 15, n. 2, 2020. Disponível em: http://cadernos.aba-agroecologia.org.br. Acesso em: 5 jul. 2026.

DUBOC, M. V. **Estatística descritiva aplicada às ciências agrárias.** São Paulo: Nobel, 2009. Disponível em: https://books.google.com.br. Acesso em: 5 jul. 2026.

LIMA, A. R. de. **Desenvolvimento regional no semiárido:** o caso do médio sertão de Alagoas. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2024. Disponível em: http://www.repositorio.ufal.br. Acesso em: 5 jul. 2026.

MENDES, F. B. et al. Produção de frango caipira na agricultura familiar: desafios e perspectivas sustentáveis. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Rural,** [s. l.], v. 5, n. 2, p. 45-59, 2023. Disponível em: https://periodicos.unisc.br/index.php/redes/index. Acesso em: 5 jul. 2026.

OBSERVATÓRIO DA AGRICULTURA FAMILIAR. **Relatório sobre produção e comercialização da agricultura familiar no Brasil.** Brasília: Observatório, 2024. Disponível em: https://observatorio.org.br. Acesso em: 5 jul. 2026.

PERCEPÇÃO de consumidores da relação entre qualidade da carne e bem-estar animal. **Revista Agrarian Academy,** [s. l.], v. 15, n. 4, e9216, 2022. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/365407907. Acesso em: 5 jul. 2026.

ROCHA, K. de A.; VIANA, R. C.; AZEVEDO, I. **Desenvolvimento sustentável da avicultura familiar.** Maceió: [s. n.], 2025. Disponível

em: https://repositorio.ifal.edu.br. Acesso em: 5 jul. 2026.

SAMPAIO, I. B. M. **Estatística aplicada à experimentação animal.** Belo Horizonte: FEPMVZ, 1998. Disponível em: https://editora.ufmg.br. Acesso em: 5 jul. 2026.

SANTANA, M. H. M. et al. Diagnóstico socioeconômico e produtivo da avicultura caipira no estado do Acre. **Revista de Agroecologia no Semiárido (RAS),** Sousa, v. 4, n. 5, p. 10-22, 2020. Disponível em: https://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/ras/article/view/4380. Acesso em: 18 abr. 2026.

SILVA, A. E. V. G. **Perfil e comportamento do consumidor de produtos avícolas:** modelo de questionário aplicado. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Zootecnia) – Universidade Federal Rural, [local não identificado], 2014. Disponível em: http://www.repositorio.ufrrj.br. Acesso em: 5 jul. 2026.

SILVA, E. M. da; NUNES, R. P. Perfil dos estabelecimentos de agricultura familiar no Nordeste. **Redes,** Santa Cruz do Sul, v. 30, e18486, 2025. Disponível em: https://seer.unisc.br/index.php/redes/article/view/18486. Acesso em: 5 jul. 2026.

SILVA, E. M. da; REIS, L. L. de M.; COUTO, V. de A. Agricultura familiar na Bahia: uma análise dos dados do Censo Agropecuário 2017. **Revista Econômica do Nordeste,** [s. l.], v. 51, n. Suplemento Especial, p. 211-226, 2020. Disponível em: https://www.bnb.gov.br/revista/ren/article/view/1268. Acesso em: 5 jul. 2026.

[1] Acadêmico do curso de Bacharelado em Administração pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL), Campus Santana do Ipanema. Também é formado como Técnico em Agropecuária pelo mesmo instituto. Durante o Ensino Médio, participou como bolsista e voluntário em projetos de pesquisa e extensão. Atualmente, é bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), vinculado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), e participa de outros projetos de pesquisa da instituição. ORCID: https://orcid.org/0009-0009-5651-9833

[2] Zootecnista, Doutora em Zootecnia e professora do Instituto Federal de Alagoas (IFAL), Campus Santana do Ipanema. Atua no ensino, pesquisa, extensão e na chefia de departamento. Graduada em Zootecnia pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL), possui especializações, mestrado e doutorado na área. Foi zootecnista da Prefeitura Municipal de Maceió e atua como docente do Curso Técnico em Agropecuária.

[3] Doutora em Proteção de Plantas pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Mestra e graduada em Agronomia pela Universidade Federal de Alagoas. Possui experiência na área de Agronomia, com ênfase em Entomologia Agrícola, atuando principalmente na criação massal de insetos em laboratório e no controle alternativo de insetos. Professora Substituta do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico do Instituto Federal de Alagoas (IFAL), atuando no Curso Técnico em Agropecuária.

[4] Acadêmico do curso de Bacharelado em Administração pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL), Campus Santana do Ipanema. Também é formado como

Técnico em Agropecuária pelo mesmo instituto. Durante o Ensino Médio, atuou como voluntário em projetos de extensão. Atualmente, é bolsista de projeto de pesquisa do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), vinculado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).