SINERGIA

REVISTA DO INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS (ICEAC)

IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DO CONSUMIDOR DA CARNE OVINA NA REGIÃO SUDESTE POR MEIO DE QUESTIONÁRIO ONLINE

CAROLINA FREITAS ROSA E PAULA[*]
NATÁLIA MERCEDES VALLEJOS[**]
THAIS FITARONI RAMOS LACERDA[***]
ARACELI ROCIO MARISEL GONZÁLEZ[****]
CELIA RAQUEL QUIRINO[*****]

RESUMO

Uma forma de entender decisões do consumidor sobre o tipo de carne que adquirem é realizando uma pesquisa de hábitos de consumo. Este trabalho teve como objetivo caracterizar o perfil dos consumidores de carne ovina na Região Sudeste do Brasil. Desses, 666 pessoas responderam questões sociodemográficas, sobre consumo da carne ovina, aceitabilidade e sobre entraves da comercialização, através de um questionário *on-line*. Pôde-se constatar que 50,8% dos participantes eram do sexo masculino e 49,2% do sexo feminino, a maioria era de jovens-adultos e 25,1% renda de 1 a 3 salários-mínimos; 77,6% já consumiram carne ovina, e 50,63% consomem, principalmente, churrasco. Segundo os participantes, o preço pode influenciar, negativamente, na sua aquisição. Quanto ao local de compra, 35,01% adquirem a carne ovina diretamente do produtor. Dos que já consumiram, 26,77% gostaram do sabor e dos que nunca experimentaram, 85,1% têm interesse em experimentar. Conclui-se que as pessoas da Região Sudeste possuem interesse em aumentar o consumo de carne ovina, evidenciando boa aceitabilidade dessa carne e expressando que a textura, a suculência e o sabor da carne ovina são fatores importantes. Entretanto, verificou-se que o preço e a pouca disponibilidade dessa carne, no comércio, fazem que seu consumo ainda seja baixo.

Palavras-chave: Ovinos. Carne. Consumo. Pesquisa.

ABSTRACT

One way to understand consumer decisions about the type of meat they buy is by conducting a survey of consumption habits. This study aimed to characterize the profile of sheep meat consumers in the Southeast Region of Brazil. A total of 666 people answered socio-demographic questions, about sheep meat consumption, acceptability, and marketing barriers, through an online questionnaire. It was found that 50.8% of the participants were male and 49.2% female. The majority were young adults and 25.1% income from 1 to 3 minimum wages. We observed that 77.6% have already consumed sheep meat and 50.63% consume mainly as barbecue. According to the participants, the hight price influences their acquisition. The purchasing place of meat was 35.01%, directly from the producer. Of those who have already consumed, 26.77% liked the taste and of those who have never tried it, 85.1% are interested in trying it. We concluded that people from the Southeast Region have an interest in increasing the consumption of sheep meat, expressed that the texture, juiciness, and flavor of sheep meat are important factors. However, it was found that the price and the low availability of this meat in the market mean that its consumption is still low.

Key words: Sheep. Beef. Consumption. Search.

Recebido em: 28-09-2020 Aceito em: 09-12-2020

[*] Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Ciência Animal da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). Graduação em Medicina Veterinária pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). E-mail: carolfreitas_mg@hotmail.com

[**] Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Ciência Animal da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). Graduação em Ciencias Veterinarias pela Universidad Nacional Del Nordeste (UNNE).

[***] Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Ciência Animal da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). Graduação em Medicina Veterinária pela Universidade Iguaçu - Campus V (UNIG).

[****] Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Ciência Animal da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). Mestre em Ciência Animal pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). Graduação em Ciencias Veterinarias pela Universidad Nacional Del Nordeste (UNNE).

[*****] Pós-doutora em Ciência Animal pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e pela Universidad Politècnica de València (UPV). Doutora em Ciência Animal pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Mestre em Zootecnia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Graduação em Engenharia Agronômica pela Universidad Nacional de Mar Del Plata (UNMDP). Professora associada da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF).

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, a ovinocultura se estende por todo o território nacional, sendo fonte de renda e subsistência para muitos produtores rurais. Porém, para alavancar a sua produção, a cadeia da ovinocultura deve passar por uma reestruturação e adotar medidas para melhorar a sua qualidade e quantidade da carne ofertada (ALVES et al., 2014; VIANA; MORAES; DORNELES, 2015). Devido à extensão territorial do País, torna-se difícil o estabelecimento de um único sistema de produção que atenda, satisfatoriamente, a todas as regiões produtoras (ALVES et al., 2014) e a todos os públicos consumidores.

A carne ovina se destaca pelo seu valor nutricional e tem atraído consumidores que buscam por alimentos mais saudáveis, destacando-se em segmentos sofisticados, como a alta gastronomia, atingindo consumidores específicos (DECKER; FERNANDES; GOMES 2016; GONZAGA et al., 2018 PESSOA et al., 2018). Entretanto, o consumo de carne ovina, no Brasil, é baixo se comparado ao de outros países da América Latina ou ao consumo de outros tipos de carne (ESTURRARI, 2017; ARCO, 2018).

Há, nos últimos anos, uma crescente demanda por essa carne, que tem impulsionado toda ovinocultura de corte a buscar melhorias (REGO et al, 2019). Para que ocorra a melhoria no setor, é necessário ter conhecimento dos consumidores desse produto, suas preferências e seus nichos de mercado, para uma melhor distribuição dos produtos e direcionamento do marketing (CONSTANTINO et al., 2018).

Compreender os fatores determinantes para a escolha dos alimentos por parte dos consumidores é importante para entender a demanda e a aceitação da carne. Em geral, a textura, a suculência e o sabor da carne ovina são fatores importantes para os consumidores, podendo afetar a aceitação geral da carne, sendo a preferência do consumidor afetada por experiências anteriores de consumo e métodos de preparo da carne (MILLER, 2020).

Deliza et al. (2019), em um estudo realizado em todo o Brasil sobre o consumo de carne ovina, observaram que o maior grupo de pessoas que nunca consumiu carne ovina foi caracterizado pelos participantes da Região Sudeste. Tendo em vista que a Região Sudeste é a mais populosa do País e possui o maior poder de compra e de acesso aos bens e serviços, esse dado sugere que os consumidores desta região podem ser um alvo interessante para as estratégias de marketing que visam ao aumento do consumo de carne ovina.

Justificam-se pesquisas sobre o perfil do consumidor da carne ovina na Região Sudeste, visto que o mercado desta vem apresentando crescimento desde as duas últimas décadas (REVISTA RURAL, 2006), mas não há muitas informações sobre o ponto de vista de quem a consome, o que poderia auxiliar os ovinocultores e empresas da cadeia de carne ovina dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo. Dessa maneira, para coletar essas informações, se torna necessária a averiguação por meio de questionários, que podem ser *in loco* ou *on-line*. O presente trabalho teve como objetivo identificar o perfil do consumidor de carne ovina da Região Sudeste, suas preferências e experiências, através de respostas obtidas por um questionário *on-line*, no estilo “Survey”, com *link* distribuído nas redes sociais (WhatsApp, E-mail, Instragram e Facebook).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil conta com um efetivo ovino de 18.948.934 animais (IBGE, 2018). A ampla difusão dos ovinos, no território nacional, se deu pela sua adaptação às diferentes condições climáticas, relevos e vegetações do País, mesmo sendo estas condições diferentes de seus ambientes originais, como África e Europa (VIANA, 2008; HERMUCHE et al, 2012). Diversidade climática e de paisagem se observa, em todo o território da Região Sudeste, compreende municípios litorâneos quanto localizados em regiões de serra e de planalto (REIS et al., 2019).

Os estados que compõem a Região Sudeste são Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. Essa região possui a maior concentração populacional do território brasileiro, conforme contagem realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017), totalizando 80.364.410 habitantes, quantidade que corresponde a 42,2% do total nacional. Nessa região, o efetivo ovino corresponde apenas a 3,2% do total do rebanho nacional (610.784 ovinos), sendo o estado de São Paulo o que possui maior efetivo, com 342.122 cabeças, correspondendo a 54% do rebanho regional, seguido pelo estado de Minas Gerais, com 188.602 cabeças, Espírito Santo, com 44.284 cabeças e Rio de Janeiro, com 35.776 cabeças (IBGE, 2018).

A ovinocultura, na Região Sudeste, tem como principal vantagem a proximidade do produtor com o consumidor final, pois os produtores se localizam próximos às grandes cidades. As propriedades rurais dessa região têm como características serem pequenas; dessa forma, a ovinocultura é uma alternativa viável de criação para esses produtores, além das características climáticas e de paisagem diversas, que, de igual forma, favorecem tanto a ovinocultura de leite quanto a de corte (REIS et al., 2019).

O consumo de carne ovina, no Brasil, é, em média, de 0,6 kg/pessoa/ano, sendo este um consumo

relativamente baixo se comparado com países vizinhos, como Argentina, que tem o consumo de 1,23 kg/pessoa/ano, e Uruguai, com o consumo de 4,05 kg/pessoa/ano (ESTURRARI, 2017). A quantidade de carne ovina consumida no Brasil se torna menor ainda quando comparamos com a quantidade consumida de outras espécies, como a de frango, a bovina e a suína, que possuem consumo de 44, 35 e 15kg/pessoa/ano respectivamente (ARCO, 2018).

Segundo Rego et al. (2019), nos últimos anos, houve um aumento da procura pela carne ovina. Entretanto, no Brasil, a carne ovina ainda é considerada exótica por suas características típicas de sabor, maciez e textura, atingindo, assim, nichos específicos de consumidores (GONZAGA et al., 2018).

As características sensoriais dessa carne podem variar de acordo com a raça, idade, sexo, alimentação e manejo dos animais (OSÓRIO; OSÓRIO; SAÑUDO, 2009), sendo uma excelente fonte de proteínas, aminoácidos essenciais, possuindo uma baixa concentração de gordura insaturada e lipídios, além de ser fonte de vitaminas e minerais, sendo os mais abundantes: vitamina B12, selênio, zinco, vitamina B3, fósforo e ferro (GONZAGA et al., 2018). O sabor da carne ovina diferencia-se do sabor da carne bovina e suína, principalmente, pela diferença dos ácidos graxos presentes nessa carne (MILLER, 2020).

De acordo com Santos & Borges (2019), os aspectos mais relevantes para os consumidores na escolha da carne ovina são o sabor, a qualidade da carne e a textura. Vários outros fatores norteiam o comportamento do consumidor em relação a essa carne, esses são heterogêneos, dependendo de aspectos psicológicos e de marketing, tanto quanto a aparência e características sensoriais do produto. Entender esses fatores, além de garantir que a carne ofertada atenda às expectativas do consumidor, é de grande importância para aumentar a competitividade no mercado (FONT-I-FURNOLS; GUERRERO, 2014).

Nos últimos anos, a cadeia produtiva e comercial da carne ovina sofreu uma mudança significativa, mudando o foco posto no produtor para colocar maior ênfase no consumidor. Tendo em vista essa mudança, faz-se necessário um maior conhecimento desse público quanto aos seus hábitos e preferências (ALVES et al., 2017). Dessa maneira, conhecer o comportamento das pessoas quanto a carne ovina é importante para o desenvolvimento dos sistemas produtivos, fornecendo informações para os ovinocultores, determinando os nichos de mercado para a distribuição do produto e direcionando o marketing (CONSTANTINO et al., 2018).

3. METODOLOGIA

A pesquisa foi direcionada para o público da Região Sudeste que é composta pelos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo.

Foi aplicado um questionário *on-line*, no estilo “Survey”, utilizando-se o site Survio.com.br. A enquete foi realizada por divulgação nas redes sociais ((WhatsApp, E-mail, Instragram e Facebook), nos meses de maio e junho de 2020. O questionário era composto por 31 perguntas, sendo quatro perguntas abertas, ou seja, discursivas e 27 perguntas objetivas ou de múltipla escolha.

O questionário foi dividido (Figura 1) em cinco partes principais; a primeira abordou informações sociodemográficas, como gênero, idade (5 faixas etárias), profissão, escolaridade, renda, estado e cidade, que nos permitem identificar aspectos referentes ao consumidor.

A segunda parte englobava questões sobre o consumo de carne em geral, na qual foi perguntado se o participante é consumidor de carne, qual a frequência desse consumo (diariamente, semanalmente, mensalmente), e qual o tipo de carne preferido do entrevistado (frango, bovina, suína, pescados/frutos do mar, caprina, ovina).

Em uma terceira parte, foram abordadas questões sobre a carne ovina, questionando se a pessoa já havia consumido essa carne alguma vez; caso nunca tenha experimentado, foi perguntado se tinham o conhecimento sobre a existência dessa carne e se teriam a vontade de experimentá-la. Também, foi questionada a forma de consumo preferida (churrasco, ensopado, assada), o local de consumo (restaurantes, churrascarias, em casa) e as ocasiões em que o entrevistado consome a carne ovina (datas comemorativas, festa de final de ano, reuniões, cotidiano).

A quarta parte incluiu as questões sobre a aceitabilidade das características sensoriais da carne ovina e a opinião sobre o ponto de vista nutricional e sobre a confiança a respeito da carne que o consumidor adquire. Também, foram incluídas questões sobre a facilidade de encontrar o produto, e qual era o local de compra da carne ovina mais comum entre os entrevistados, incluindo a compra direta com o produtor.

Na quinta parte, foram levantados os principais entraves na comercialização da carne ovina, e, também, as possíveis soluções para esse problema na opinião dos entrevistados. Perguntas sobre derivados cárneos ovinos também foram inclusas nessa etapa do questionário.

O tamanho da amostra mínima foi determinado de acordo com Taglicarne (1978), que define que, para populações infinitas e um valor de coeficiente de confiança de 95% e um erro amostral de 5%, o tamanho da amostra mínima seria de 400 casos.

Após a coleta dos dados, esses foram disponibilizados pelo site de hospedagem do questionário em forma de planilhas do programa Microsoft Excel (2016). Foi utilizada a análise descritiva para avaliar o

percentual de participação em cada questão avaliada, segundo a metodologia adotada por Amaral et al. (2012). Foi utilizado o programa Microsoft Excel (2016) para levantar as frequências de cada uma das perguntas e, posteriormente, elaborados os gráficos e as figuras com os itens correspondentes.

Figura 1 – Modelo do questionário aplicado para a identificação do perfil dos consumidores da carne ovina na Região Sudeste

Questionário

1. Nome

2. Gênero
a. Feminino
b. Masculino

3. Idade

4. Profissão
a. Estudante
b. Médico veterinário
c. Zootecnista
d. Agrônomo
e. Profissional liberal
f. Funcionário público
g. Funcionário privado
h. Produtor rural
i. Funcionário rural
j. Aposentado
k. Do lar
l. Outra

5. Grau de escolaridade
a. Ensino fundamental incompleto
b. Ensino fundamental completo
c. Ensino médio incompleto
d. Ensino médio completo
e. Ensino superior incompleto
f. Ensino superior completo
g. Pós-graduação

6. Renda
a. Até 1 salário mínimo
b. De 1 a 3 salários mínimos
c. De 3 a 6 salários mínimos
d. De 6 a 9 salários mínimos
e. De 9 a 12 salários mínimos
f. De 12 a 15 salários mínimos
g. Mais de 15 salários mínimos

7. Estado
a. Espírito Santo
b. Minas Gerais
c. Rio de Janeiro
d. São Paulo

8. Cidade

9. Consome carne
a. Sim
b. Não

10. Frequência do consumo de carne
a. Diariamente
b. Semanalmente
c. Mensalmente
d. Não consome

11. Qual o tipo de carne mais consumida
a. Frango
b. Bovina
c. Suína
d. Pescados/frutos do mar
e. Caprina
f. Ovina

12. Se já consumiu carne ovina
a. Sim
b. Não

13. Se já ouviu falar de carne ovina
a. Sim
b. Não

14. Se tem interesse em experimentar carne ovina
a. Sim
b. Não

15. Frequência de consumo de carne ovina
a. Diariamente
b. Semanalmente
c. Mensalmente
d. 2 vezes ao ano
e. 1 vez ao ano
f. Nunca consumiu

16. Forma de consumo da carne ovina
a. Churrasco
b. Ensopados
c. Assada
d. Outra

17. Qual forma de consumo é de preferência
a. Churrasco
b. Ensopados
c. Assada
d. Outra

18. Em qual local costuma consumir carne ovina
a. Restaurantes
b. Churrascarias
c. Casa
d. Outra

19. Quando se costuma consumir carne ovina
a. Datas comemorativas
b. Festas de final de ano
c. Em reuniões sociais
d. No cotidiano
e. Outra

20. Aceitabilidade (escala de 1 a 8, onde 1 é desagrada extremamente e 8 é gostar extremamente)

a. Aspecto geral	1	2	3	4	5	6	7	8
b. Sabor	1	2	3	4	5	6	7	8
c. Textura	1	2	3	4	5	6	7	8
d. Odor	1	2	3	4	5	6	7	8
e. Preço	1	2	3	4	5	6	7	8

21. Opinião, em uma escala de 1 a 5, onde 1 é discordar totalmente e 5 é concordar totalmente, sobre:
a. A carne ovina é saudável do ponto de vista nutricional e digestivo
b. A carne ovina é segura do ponto de vista higiênico sanitário
c. Confiança no produto consumido

22. Facilidade em encontrar carne ovina no comércio
a. Sim
b. Não

23. Categoria animal que é consumida
a. Animais jovens
b. Animais mais velhos
c. Ambos
d. Não tem conhecimento sobre

24. Local de compra da carne ovina
a. Açougue
b. Boutique de carne
c. Frigorifico
d. Supermercado
e. Produção caseira
f. Outra

25. Adquire carne ovina diretamente com o produtor
a. Sim
b. Não

26. Se considera o preço é o principal entrave na comercialização
a. Sim
b. Não

27. Quais outros fatore impedem uma maior aceitação da carne ovina
a. Odor
b. Sabor
c. Dificuldade de encontrar
d. Não conhecimento do preparo
e. Outra

28. Consumo de derivados cárneos ovinos
a. Sim
b. Não

29. Quais derivados cárneos ovinos consumiu
a. Hamburguer ovino
b. Linguiça ovina
c. Kibe ovino
d. Bacon ovino
e. Presunto ovino
f. Outra

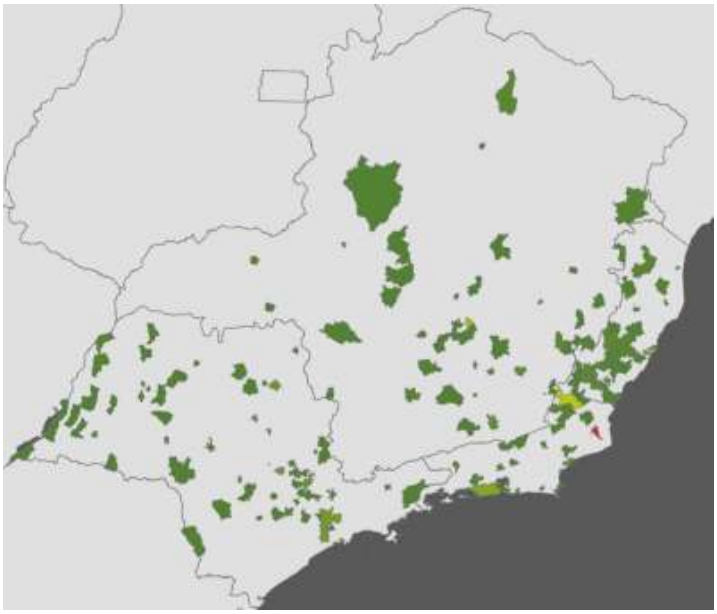
30. Se gostaria de consumir a carne ovina com maior frequência
a. Sim
b. Não

31. Opinião sobre o que faria incluir mais a carne ovina no dia a dia

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na Figura 2, apresenta-se o mapa dos estados da Região Sudeste com a distribuição do número de respostas ao questionário. Ao total, foram entrevistadas 666 pessoas, sendo o estado do Rio de Janeiro o que obteve maior número de respostas, com 248 participantes (37%), seguido pelo estado de São Paulo, com 185 respostas (28%), o estado do Espírito Santo, com 117 (18%) e Minas Gerais com 116 pessoas participantes (17%).

Figura 2 – Mapa da Região Sudeste com áreas coloridas apresentando a distribuição das enquetes respondidas nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo.



Fonte: Elaborada pelos autores com os dados obtidos na pesquisa, utilizando a plataforma Bing, ©GeoNames, Microsoft, TomTom

Segundo dados socioeconômicos obtidos neste questionário, cerca de 50,8% dos participantes são do sexo masculino e 49,2% do sexo feminino, distribuídos em 6 faixas etárias, de 15 a 30 anos: 33,63%, 30 a 45: 32,58%, 45 a 60: 21,62%, 60 a 75: 8,41% e maiores de 75 anos: 1,05%, cerca de 2,7% dos participantes da enquete não responderam sobre suas idades. A grande porcentagem de jovens e jovens adultos, na faixa etária de 15 a 30 anos, pode ser explicada pois estes são os que possuem maior acesso à internet, uma vez que o questionário foi disponibilizado na forma *on-line* e divulgado nas redes sociais.

Num estudo feito por Alves et al. (2017), que caracterizou o perfil do consumidor de carne ovina na cidade de Dourados no Mato Grosso do Sul, a porcentagem dos entrevistados do gênero masculino e feminino eram próximas, sendo 49,6% homens e 50,4% mulheres. Frias et al. (2018), em um trabalho sobre as características e preferências de consumo de carne ovina feito com entrevistados de todo o Brasil, observaram que 65% residiam na Região Sudeste, sendo 51% de mulheres e 49% de homens. Ainda foi observado por Alves et al. (2017) que a faixa etária que teve a maior porcentagem de entrevistados foi entre 20 e 39 anos, com 75% das respostas, sendo compatíveis com a faixa etária que mais respondeu ao questionário do presente trabalho.

Quanto à escolaridade, 40,92% dos participantes possuem pós-graduação, 27,3% possuem ensino superior completo e 18,72% possuem ensino superior incompleto,10,01%, ensino médio completo, 1,45%, ensino médio incompleto, 1,30%, ensino fundamental completo e 0,3%, ensino fundamental incompleto. A alta porcentagem de participantes com ensino superior e pós-graduação deve-se, provavelmente, ao modo de distribuição do link do questionário, divulgado em instituições de ensino ao quais os autores possuem acesso, com um público que se propõe e tem interesse em responder pesquisas, pois sabe da importância científica dessas. Podem ter o modo de divulgação influenciado nesses resultados, visto que indivíduos que possuem essas características dispõem de uma maior probabilidade de se voluntariarem a responder ao estudo.

No estudo realizado por Mércio et al. (2020) sobre o comportamento do consumidor e a percepção de qualidade da carne ovina em Porto Alegre, Brasil, a maior parte dos entrevistados possuíam pós-graduação completa, sendo que estes 30,5%, 27,5% possuíam ensino superior completo e 27,5%, ensino superior incompleto. Esses dados são semelhantes aos encontrados, no presente estudo, em que grande parte dos

entrevistados possuem pós-graduação e ensino superior. Frias et al. (2018) relataram que, em relação ao grau de escolaridade, 31% tinham curso superior incompleto, 31% somaram aos que concluíram ou estavam cursando doutorado, mestrado ou pós-graduação e 29% possuíam curso superior completo.

Do total de pessoas que participaram da enquete, os estudantes corresponderam a 18,46%, o que pode explicar a faixa etária da maioria dos entrevistados, seguidos por 16,04% de médicos veterinários, 13,88% de funcionários públicos, 7,55% produtores rurais, 7,14% funcionários liberais, 5,66% aposentados, 5,53% zootecnistas, 5,39% funcionários privados, 3,91% agrônomos, 1,48% do lar, 0,54% funcionários rurais e 14,42% dos participantes possuíam outra profissão que não correspondia a uma das opções do questionário. Sendo ainda que 25,07% alegaram possuir renda de 1 a 3 salários-mínimos, 24,48% de 3 a 6 salários-mínimos, 12,61% recebem até 1 salário-mínimo, 11,87% recebem de 6 a 9 salários-mínimos, 10,68% recebem 9 a 12 salários-mínimos, 8,31% dos entrevistados recebem mais que 15 salários-mínimos e 6,97% de 12 a 15 salários-mínimos. Os resultados de profissão e renda podem ter ligação com o viés de autosseleção, pois indivíduos do meio acadêmico e/ou rural, isto é, pessoas que já estão inseridas no contexto abordado pela pesquisa podem se sentir mais propensas a se voluntariar e responderem a pesquisas desse âmbito, o que também pode inferir nos demais resultados de consumo, visto que renda e acessibilidade ao produto podem amentar ou diminuir a frequência e a quantidade consumida.

Santos & Borges (2019), no estudo sobre fatores que influenciam no consumo de carne ovina, encontraram um público semelhante, sendo, na sua maioria, composto por estudantes e funcionários públicos. Quanto à renda dos entrevistados, Alves et al. (2017) observaram que 50,41% dos entrevistados recebiam de 1 a 3 salários-mínimos e 30,42% de 3 a 6 salários-mínimos.

Quando questionados sobre o consumo de carne, 98,9% dos participantes consomem carne e, apenas, 1,1% não consomem carne de nenhum tipo. O consumo diário de carne é comum entre 83,9% dos participantes, sendo, apenas, 14,4% os que consomem semanalmente. A carne é um dos alimentos mais consumidos pelas famílias brasileiras, contribuindo para 12,6% do valor calórico diário total, sendo a Região Sudeste responsável por um dos maiores índices de consumo de carne (IBGE, 2011).

A carne mais consumida entre os participantes da enquete é a bovina, com 73,6% das escolhas, corroborando com os resultados de Santos & Borges (2019), em que a carne bovina é a mais consumida pelos seus entrevistados, correspondendo a 69,01%. Fato, também, observado por Cougo et al. (2019), no estudo sobre o perfil do consumidor de carne ovina na comunidade acadêmica do Brasil, no qual essa carne foi a mais apreciada entre os consumidores, com 46,9% de preferência.

A segunda carne mais consumida, segundo a presente pesquisa, é a carne de frango, com 55,3%, seguida pela suína, com 27,9% das escolhas. Santos & Borges (2019), também, observaram que, entre os entrevistados, o segundo maior consumo de carne era de frango, seguida pela carne ovina e, depois, pela carne suína, entretanto, no presente estudo, apenas 8,7% escolheram a carne ovina. Já para Cougo et al. (2019), a carne de ovinos, com 20,7%, foi a segunda mais apreciada pelos seus entrevistados. As carnes mais consumidas, bovina e frango, são as encontradas com maior facilidade e por um preço mais acessível no mercado, mostrando que esses fatores possuem uma importante influência na escolha do consumidor. Além disso, o consumo da carne bovina é comum em todo Brasil.

Dos entrevistados, 77,6% já consumiram carne ovina em algum momento e, apenas, 22,4% nunca consumiram. O estado de São Paulo foi o que obteve a maior porcentagem de respostas positivas dos participantes quando questionados (Figura 3A). Essa informação pode ser explicada, pois o estado de São Paulo é o pioneiro na ovinocultura, dentro da Região Sudeste, além de ser considerado uma capital gastronômica, o que pode favorecer o consumo da carne ovina. Alves et al. (2017) observaram que, na cidade de Dourados, estado do Mato Grosso do Sul, 71,25% de seus entrevistados consomem carne ovina e 28,75% não consomem, sendo estes números semelhantes aos encontrados no presente estudo.

Frias et al. (2018) relatam um consumo de carne ovina de 64% dos entrevistados. Em outro estudo de avaliação dos hábitos de compra do consumidor brasileiro e consumo de carne ovina, realizado por Deliza et al. (2019), em todo o território nacional, foi observado que, para os participantes que declararam consumir carne ovina, aproximadamente, 43% pertenciam à Região Sudeste. Dos participantes que declararam nunca ter consumido, 80,5% faziam parte dessa região, contrastando com o resultado encontrado no presente estudo em que grande parte dos entrevistados já consumiram carne ovina.

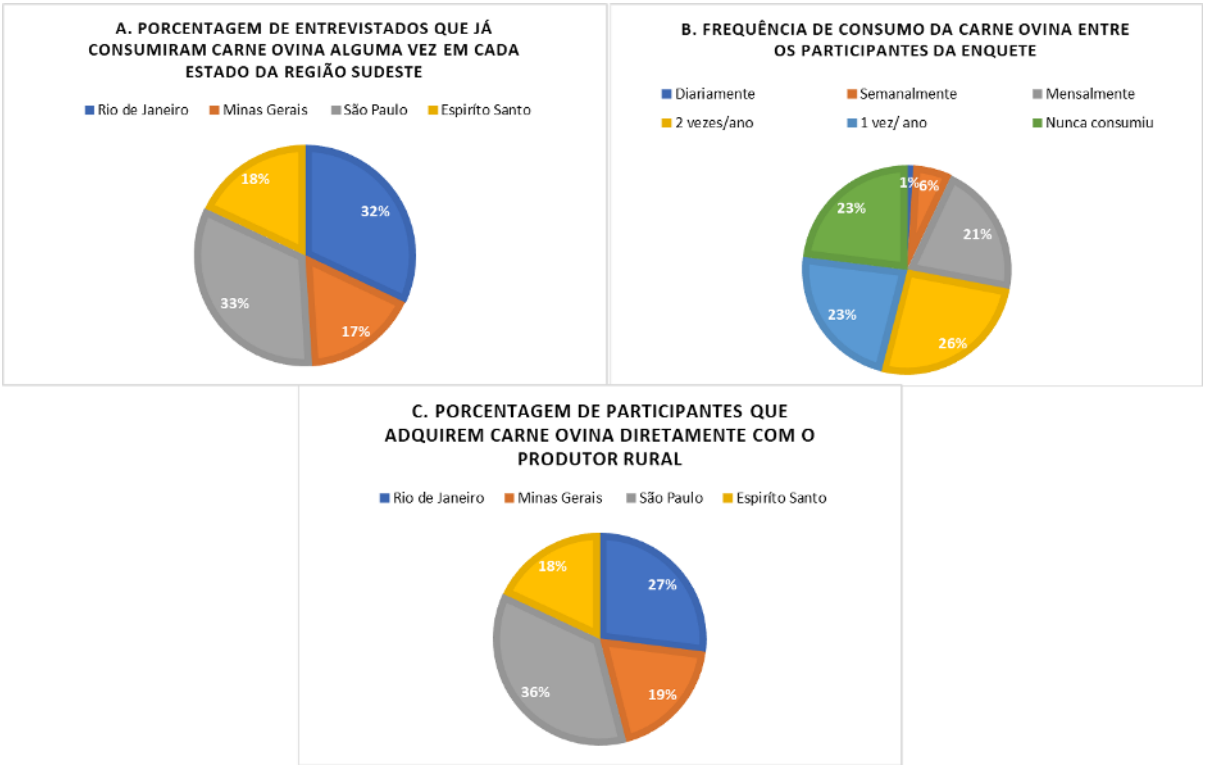
Aos que nunca consumiram carne ovina, foi perguntado se tinham conhecimento sobre a carne e cerca de 93,8% relataram que já ouviram falar da carne ovina, sendo apenas 6,2% os que nunca tomaram conhecimento dela. Divergindo do estudo de Santos & Borges (2019), que puderam observar que a pouca divulgação era considerada por 11,61% dos entrevistados, uma das principais dificuldades para o maior consumo da carne ovina. Já Alves et al. (2017) notaram que os altos índices de não consumo de carne ovina por falta de costume e disponibilidade estão associados ao pouco marketing feito para esse produto, não levando o conhecimento até o consumidor.

Além disso, foram questionados sobre o interesse em experimentar a carne ovina; desses, 85,1% afirmaram ter interesse em experimentar, e 14,9% não possuem interesse. No estado do Espírito Santo, teve

a maior porcentagem de entrevistados com interesse em experimentar a carne ovina, (93%) dos que ainda nunca consumiram, mostrando o grande mercado que a carne ovina pode conquistar, desde que o paladar desse consumidor também seja conquistado. Frias et al. (2018) relataram que dos 36% de pessoas que não consomem carne ovina, 25% delas tinham interesse em consumir, ou seja, essas pessoas não possuem hábito de consumo, mas manifestaram curiosidade em experimentar, e apenas 11% relataram não ter interesse em consumir.

Na Figura 3B, é apresentada a frequência de consumo dos participantes da enquete, sendo a maior frequência, a de 2 vezes ao ano (26%). Os que consomem, diariamente, correspondem, somente, a 1%, sendo que 23% nunca consumiram. Para Alves et al. (2017), os maiores percentuais foram em relação à frequência de consumo por 2 vezes ao ano, sendo estes 20,36% do total, tendo relato similar ao observado no nosso estudo.

Figura 3 – Gráficos da porcentagem dos participantes da enquete que já consumiram carne ovina, a frequência de consumo e a porcentagem dos participantes que já adquiriram carne ovina diretamente com o produtor.



Fonte: Autores.

O estado de São Paulo se destaca, pois 38% dos entrevistados alegaram consumir a carne ovina mensalmente, porcentagem maior se comparada a dos estados de Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro, onde 19%, 16% e 14% dos entrevistados consomem carne ovina mensalmente, respectivamente. Tal fato pode ser associado à tradição da ovinocultura no estado de São Paulo, sendo este o pioneiro na atividade na Região Sudeste, seguido por Minas Gerais. No estudo realizado por Mércio et al. (2020), um grande número de entrevistados consome a carne ovina pelo menos 1 vez ao mês, sendo estes 49,12%. A proximidade entre o percentual encontrado, neste trabalho, no estado de São Paulo, é interessante, pois o estudo citado foi realizado em Porto Alegre, estado considerado tradicional no consumo de carne ovina.

Foi observado, também, que a carne ovina é comumente consumida em reuniões sociais, com 30,48%, seguida pelas datas comemorativas, com 27,06%, no consumo no cotidiano, com 17,88%, festividades no final do ano, com 8,86%, sendo que 15,71% dos entrevistados consomem carne ovina em outras ocasiões. Segundo estudo feito por Deliza et al. (2019), cerca de 44% dos entrevistados consomem carne ovina na casa de amigos, em reuniões sociais. Nascimento et al. (2018) observaram que 27% dos entrevistados consumiam carne ovina somente em datas comemorativas. De acordo com a Embrapa (2018), o consumo frequente de carne ovina é feito, apenas, por 25% da população brasileira, o que é semelhante ao resultado obtido quanto ao consumo no cotidiano no presente trabalho.

A frequência de consumo da carne ovina pode estar intimamente relacionada com as ocasiões em que é consumida, sendo considerada exótica ou gourmet, destinada para ocasiões festivas, tendo o consumidor

dificuldades de enxergar a carne ovina como uma carne para o consumo cotidiano. Tal cenário pode ser mudado se a indústria da carne ovina e os produtores investirem em cortes menores para o preparo no dia a dia, com maior marketing dos produtos.

O modo de consumo mais comum é o churrasco, visto que 50,63% dos entrevistados já consumiram carne ovina, desta forma, os que consumiram assada correspondem a 30,31%, como ensopados são 9,63% e como outras formas de consumo correspondem a 9,63% dos participantes da enquete. Quando questionados sobre o modo de preparo preferido, o churrasco foi o de maior preferência dos participantes correspondendo a 55,87%, seguida pela carne ovina assada com 28,89% das escolhas e ensopados de carne ovina com 5,43%, 9,82% dos participantes preferem outro modo de preparo. Frias et al. (2018) relatam que 66% dos seus entrevistados, também, preferiram churrasco como forma de preparo. Alves et al. (2017) observaram, em seu estudo, que a carne ovina preparada na churrasqueira é de preferência dos entrevistados, com 86,83%, seguido pela carne assada no forno, que corresponde a 12,57%.

O local mais comum de consumo entre os participantes da enquete é a própria casa ou de terceiros, correspondendo a 48,12% das escolhas, seguido pela churrascaria e restaurantes, com 20,96% e 18,56% respectivamente; 12,32% dos entrevistados possuem outros locais de preferência para o consumo da carne ovina. Segundo Frias et al. (2018), em casa é o principal local de escolha para o consumo da carne ovina entre os seus entrevistados. Em um estudo realizado por Deliza et al. (2019), aproximadamente, 45% dos entrevistados, frequentemente, consomem carne ovina em casa e cerca de 35% em restaurantes. A preferência pelo modo de consumo da carne ovina como churrasco e/ou assada pode estar relacionada ao consumo em datas comemorativas e/ou em reuniões sociais, e pelo consumo nos domicílios, sendo essa forma de preparo a mais comum para essas ocasiões.

Quando questionados sobre a facilidade de encontrar a carne ovina no comércio, 76,5% dos entrevistados alegaram não encontrar carne ovina com facilidade em supermercados, açougues e mercearias de suas cidades, sendo apenas 23,5% os entrevistados que afirmaram ter facilidade de encontrar carne ovina nos comércios. Os resultados encontrados por Frias et al. (2018) relataram que a dificuldade de encontrar o produto está associada à baixa frequência de consumo.

Os participantes da enquete, em sua maioria, 35,01% adquirem carne ovina de produção caseira, sejam próprias, sejam de terceiros. E 17,96% compram a carne em açougues, 14,61% compram em supermercados, 12,48% em boutiques de carnes, apenas, 1,83% adquirem diretamente do frigorifico e 18,11% das pessoas não informaram. No estudo realizado por Cougo et al. (2019), 39,9% entrevistados adquirem carne ovina de produções caseiras, sendo 32% os que produzem para o próprio consumo, 28,7% que compram em açougues, 17,7% em supermercados e, apenas, 2,5% diretamente do frigorifico. Frias et al. (2018) observaram que a maioria dos seus entrevistados preferem comparar essa carne na forma fresca ou refrigerada; e o principal local de compra é o supermercado (58%), seguido das boutiques de carne (25%), empórios (20%) e lojas virtuais (3%).

Cerca de 51,8% dos que responderam ao nosso questionário, já compraram carne ovina diretamente com o produtor em algum momento e 48,2% dos participantes nunca adquiriram diretamente com o produtor. O estado de São Paulo foi o que apresentou maior porcentagem de participantes que já compraram carne ovina diretamente com o produtor, e o estado do Espírito Santo foi o que apresentou a menor porcentagem (Figura 3C).

A grande porcentagem de participantes que adquirem carne ovina, diretamente com produtores, pode ser explicada pela dificuldade expressada por estes de encontrarem a carne ovina no comércio, como açougues e supermercados, o que pode ser resultado de uma falha na cadeia produtiva na região, como falta de frigoríficos e de abatedouros para ovinos. Esses consumidores estariam se expondo a riscos ao adquirirem a carne ovina no mercado informal, sem a fiscalização necessária para esse produto.

No estudo sobre o comportamento de consumidores de carne de cordeiro na região norte do Paraná, realizado por Constantino et al. (2018), foi observado que a porcentagem dos entrevistados que compram carne ovina, diretamente com o produtor, é de 34%. As porcentagens apresentadas por esses autores são menores às encontradas no nosso trabalho, o que pode ser característica do comportamento dos consumidores da Região Sudeste. O abate informal é considerado um fator limitante, já que esta forma de comercialização não traz garantia sanitária ao consumidor (Santos, 2017).

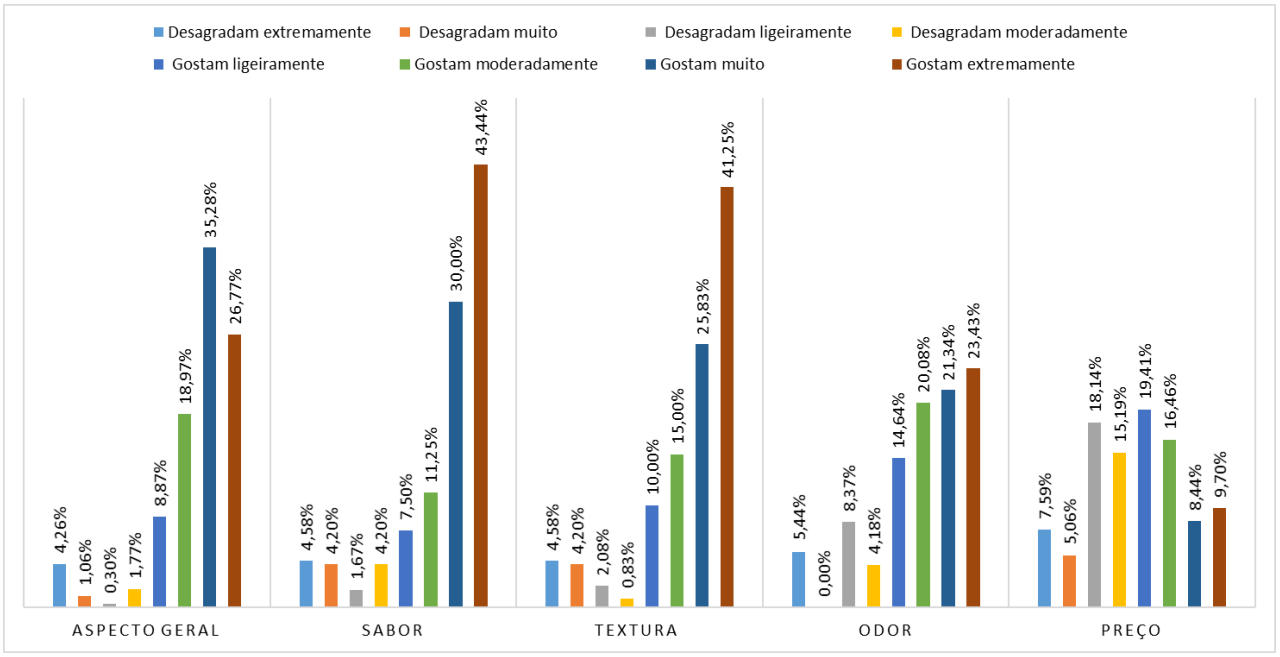
Na figura 4, a respeito do aspecto geral da carne ovina, 35,28% dos entrevistados gostam muito e 4,26% desagradam extremamente. Já quanto ao sabor, 43,44% gostam extremamente, entretanto 4,58% desagradam extremamente. Em relação à textura, 41,25% gostam extremamente e 4,58% desagradam extremamente e, em relação ao odor, 23,43% dos entrevistados gostam extremamente e 8,37% desagradam ligeiramente. O resultado do presente estudo em relação à aceitabilidade do consumidor sobre o aspecto geral, sabor, textura e odor da carne ovina nos permite sugerir que esta carne possui um grande potencial de mercado e de consumo na Região Sudeste.

No estudo feito por Deliza et al. (2019), foi observado, assim como no presente estudo, uma boa aceitabilidade das características sensoriais da carne ovina, sendo o sabor bem aceito por 97,9% dos

entrevistados, de igual forma, a textura por 92,6% e o odor por 89,1%. Os autores, também, observaram baixa satisfação em relação ao preço da carne ovina, também, foi observada.

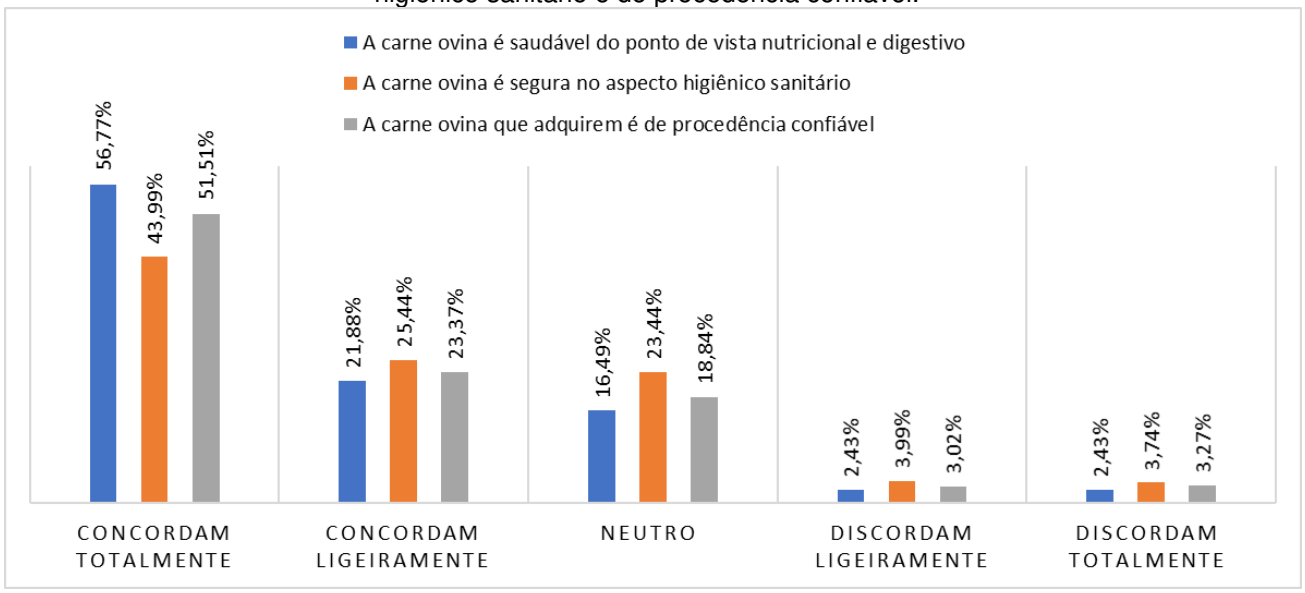
A carne ovina foi considerada saudável do ponto de vista nutricional e digestivo (56,77%), segura no aspecto higiênico sanitário (43,99%) e de procedência confiável (51,51%) (Figura 5). Segundo o estudo sobre a identificação de demanda e preferências no consumo de carne ovina feito por Firetti et al. (2017), realizado em Presidente Prudente (SP), 61,7% dos entrevistados concordam que a carne ovina é saudável do ponto de vista nutricional. O mesmo estudo afirma que os entrevistados, mesmo tendo consciência quanto aos benefícios nutricionais, em sua maioria, não confiam no produto que compram, por não considerarem a carne ovina segura no aspecto higiênico sanitário. Esse fator é influenciado, principalmente, pelo local de compra da carne.

Figura 4 – Aceitabilidade dos participantes da enquete quanto ao aspecto geral, sabor, textura, odor e preço da carne ovina.



Fonte: Autores.

Figura 5 – Opinião dos participantes da enquete a respeito da carne ovina ser saudável, segura no aspecto higiênico sanitário e de procedência confiável.



Fonte: Autores.

Sobre a categoria de animal consumida, 45,37% dos entrevistados não possuem conhecimento sobre o assunto; já 34,03% alegaram consumir tanto animais jovens quanto velhos, 18,37% consomem somente

animais mais jovens e, apenas, 2,24% consomem animais mais velhos. O estado do Rio de Janeiro é o que tem a maior porcentagem de participantes que não possuem conhecimento sobre a categoria animal consumida, 68%. Em geral, no norte do estado do Rio de Janeiro, a maior parte dos ovinos abatidos e comercializados são animais adultos e há, nessa região, uma comunidade sírio-libanesa que tem por tradição o consumo de fêmeas adultas e carneiros.

Nos estados do Espírito Santo, Minas Gerais e São Paulo, a porcentagem de respostas que alegam não possuir conhecimento da idade do animal que consomem é de 48%, 44% e 18%, respectivamente. Deliza et al. (2019) concluíram que 31% dos entrevistados que consumiam carne ovina ocasionalmente não sabiam responder sobre a diferença entre as categorias de animais (jovem e velho); já 68% dos que mantinham um consumo frequente de carne ovina sabiam das diferenças entre as categorias e puderam descrevê-las. Dar ao consumidor informações nutricionais sobre a inspeção da carne e sobre a categoria de idade do animal, tanto nos açougues quanto nas embalagens dos supermercados, garantiria para quem consome uma carne de ovino de qualidade e influenciaria no aumento do consumo.

Dos que possuem conhecimento da categoria consumida, os participantes dos estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo relataram maior consumo das duas categorias (jovens e velhos). O estado de São Paulo apresentou o maior consumo de animais jovens, (29%). Segundo Embrapa (2018), o aumento da demanda da carne de animais mais jovens, cordeiros, seria, principalmente, entre os consumidores de grandes centros urbanos.

Segundo 59,6% dos participantes da enquete, o preço é o maior entrave para uma comercialização mais fácil da carne ovina, e 40,4% não considera o preço a maior dificuldade para a comercialização. A produção de produtos ou cortes com preços mais acessíveis poderia resultar em um aumento de consumo, pois a carne ovina ainda é vista como uma carne gourmet ou elitizada. No estudo de Santos & Borges (2019), 33,09% dos consumidores entrevistados informaram que uns dos problemas mais importantes na hora de consumir carne ovina é o preço. Assim como no estudo realizado por Deliza et al. (2019), o preço foi considerado por 77,01% dos entrevistados como um dos fatores mais importantes que influenciam na compra da carne ovina.

No estado de São Paulo, 52% dos participantes concordam que o preço impede o maior consumo da carne ovina e 48% não concordam. Nos estados do Espírito Santo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, 70%, 62% e 59% dos participantes, respectivamente, consideram que o preço seria fator limitante para a comercialização da carne ovina, contra, apenas, 30%, 38%, 41% respectivamente dos que não consideram o preço limitante. Uma possível explicação é que, no estado de São Paulo, 14% dos participantes declararam possuir renda maior que 15 salários-mínimos, dando aos consumidores desse estado um maior poder aquisitivo. Mércio et al. (2020) comentam que as famílias que possuem maior renda são as que mais consomem carne ovina. Segundo esses autores, os indivíduos com maiores rendas (54%) e escolaridade (60% com graduação e pós-graduação completos) possuem maior tendência a consumir carne ovina. No presente estudo, quanto maior a renda familiar, maior é a frequência de consumo da carne ovina, sendo que o preço não influenciaria na escolha dessa carne.

Com relação a outros fatores que poderiam influenciar na baixa comercialização, 36,73% dos entrevistados responderam sobre o não conhecimento do preparo da carne, 34,55% sobre a dificuldade de encontrar a carne para comprar, 10,42% consideram que o sabor da carne pode ter influência, 9,33% acham que o odor pode interferir na comercialização e 8,97% apontam diversos outros motivos. Seria interessante investir em embalagens explicativas, modos de preparos, além no marketing, mostrando o potencial sensorial da carne ovina para despertar o interesse nos consumidores que ainda possuem a mentalidade de que essa carne é de difícil preparo ou é apenas para ser servida como churrasco. Segundo Alves et al. (2017), um percentual de 13,04% de seus entrevistados não consome carne ovina por falta de conhecimento do preparo, já 20,28% dos entrevistados não consomem pela falta de disponibilidade dessa carne no mercado, um percentual muito menor do que o encontrado no presente trabalho.

Sobre o consumo de derivados cárneo ovinos, 36,2% dos participantes já consumiram algum tipo e 63,8% nunca consumiram, sendo que linguiça e o hambúrguer são os mais consumidos entre os entrevistados. Entretanto, o consumo da carne ovina por meio de derivados cárneos pode ser uma boa solução para aumentar a comercialização dessa carne. Um exemplo é o hamburguer de cordeiro, que pode ser comercializado em supermercados para o preparo doméstico, e, também, em hamburguerias gourmets e lanchonetes. Os derivados cárneos, também, favorecem o aproveitamento de cortes que não possuem grande saída comercial, ou que são considerados menos nobres, (pescoço, paleta etc.), o que pode gerar um bom retorno econômico para a indústria da carne ovina.

Deliza et al. (2019) observaram que há o interesse da classe de consumidores considerados frequentes em encontrar, no mercado, uma maior variedade de linguiças, salame, hambúrguer, espetinho temperado, cortes defumados e maior variedade de cortes, evidenciado, assim, a demanda dos consumidores para novos produtos de carne ovina. Análises sensoriais de derivados cárneos têm mostrado que esse tipo de produto possui uma grande aceitabilidade entre os consumidores, podendo ser uma alternativa de renda para

ovinocultores de corte e uma diversificação de oferta da carne ovina (BURIN et al., 2015; PAULA et al., 2016; SILVA et al., 2020).

Quando perguntados, 76% dos entrevistados gostariam de consumir com maior frequência a carne ovina, sendo, apenas, 24% os que não possuem vontade de aumentar o consumo de carne ovina. Essas informações são de grande importância para a ovinocultura da Região Sudeste, visto que a atividade, nessa região, é voltada para a criação de ovinos de corte.

A ovinocultura de corte é uma atividade promissora, com um grande potencial para o aumento da comercialização, com a possibilidade de atingir pessoas que ainda não possuem o costume de consumir esse tipo de carne (EMBRAPA, 2018). Investir em produtos cárneos pode ser boa alternativa para o criador e empresas, podendo gerar maiores lucros, aumentando a pluralidade de produtos ovinos no mercado. Dessa maneira, favorecendo o aumento do consumo, visto que muitos participantes já consumiram algum tipo de derivado cárneo ovino.

5. CONCLUSÕES

A Região Sudeste apresenta um mercado em potencial para a ovinocultura de corte, tendo em vista que há um grande interesse por parte dos entrevistados em consumir mais carne ovina no seu cotidiano e em experimentar por parte dos que nunca consumiram. O perfil do consumidor identificado por essa pesquisa foi, majoritariamente, masculino, com renda de 1 a 3 salários-mínimos, possuindo ensino superior completo e pós-graduação, tendo preferência pela carne ovina preparada como churrasco, consumida em ocasiões especiais ou festivas.

Dessa maneira, o presente trabalho contribuiria preenchendo uma lacuna de informações na literatura sobre o consumo de ovinos na Região Sudeste, visto que há poucos trabalhos que abordam o tema na região, fornecendo informações do perfil do consumidor e preferências, favorecendo, assim, o mercado, apontando possíveis oportunidades de crescimento do setor da carne.

No presente estudo, foi observada uma boa disponibilidade dos participantes ao responderem ao questionário, contribuindo com uma boa amplitude de respostas distribuídas de forma uniforme nos estados da região, fornecendo informações de consumidores de diferentes idades, níveis de escolaridade e renda. Entretanto, o voluntariado pode ter influência em alguns resultados, visto que os indivíduos inseridos na atividade ou identificados com ela podem ter maior probabilidade de contribuir com o estudo. Além disso, devemos considerar que a Região Sudeste é muito ampla para ter uma visão que englobe a opinião de todos os consumidores e suas preferências, levando em consideração os fatores culturais que interferem nos hábitos de consumo.

Para futuras pesquisas, recomenda-se fazer o direcionamento para um estado de interesse, visto que os consumidores da Região Sudeste podem ter diferentes opiniões e preferências de acordo com seu estado e cultura, sendo assim, a pesquisa mais direcionada para o consumidor dentro de um estado pode fornecer informações mais precisas para os criadores e para os comerciantes de ovinos de corte. Outra sugestão é um questionário mais direcionado para as características sensoriais da carne ovina, visando à aceitabilidade dos cortes e modo de preparo, além da aceitabilidade do consumidor em relação à embalagem dos produtos.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. G. C. et al. Perfil do consumidor de carne ovina na cidade de Dourados – MS. Revista Agrarian, v. 10, n. 2010, p. 288–293, 2017.

ALVES, L. G. C. et al. Produção de carne ovina com foco no consumidor. Enciclopédia Biosfera, v. 10, n. 18, p. 2399–2415, 2014

AMARAL, D. S. DO et al. Perfil dos consumidores da carne de sol comercializada nos municípios de em Caicó e Currais Novos - RN. Acta Veterinaria Brasilica, v. 6, n. 4, p. 302–311, 2012.

ARCO – Associação Brasileira de Criadores de Ovinos. Revista. Pesquisa mostra que 12% dos brasileiros nunca comeram carne ovina. 2018. Disponível em: <http://www.arcoovinos.com.br/images/revistas/Ed.20.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2020.

BURIN, P. C. et al. Análise sensorial de apresuntados elaborados a partir da carne de ovinos pantaneiros de diferentes categorias. Revista Electronica de Veterinaria, v. 16, n. 2, 2015.

CONSTANTINO, C. et al. Comportamento de consumidores de carne de cordeiro na região norte do Paraná. Pubvet, v. 12, n. 1, p. 1–7, 2018.

COUGO, A. C. T. S. et al. Perfil do consumidor de carne ovina na comunidade acadêmica do Brasil. Revista Acadêmica Ciência Animal, v. 17, p. 1, 2019.

DECKER, S. R. F.; FERNANDES, D. A. C.; GOMES, M. C. Gestão competitiva na produção de ovinos. Revista Agropampa, v. 1, n. 1, p. 113–122, 2016.

DELIZA, R.; ARES, J. C. DE A. L. A. S. M. D. DE B. G.; NALÉRIO, É. S. Avaliação dos Hábitos de Compra do Consumidor Brasileiro e Consumo de Carne Ovina. Embrapa Agroindústria de Alimentos, p. 29, 2019.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Carne ovina na mesa do Brasileiro. Revista. ano IX - número 10. Revista da Embrapa Pecuária Sul, 2018.

ESTURRARI, E. F. Oferta e demanda do mercado de ovinos de corte: um panorama nacional de perspectivas, tendências e oportunidades. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Paraná, 2017.

FIRETTI, R. et al. Identificação de Demanda e Preferências no Consumo de Carne Ovina. Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 55, n. 4, p. 679–692, 2017.

FONT-I-FURNOLS, M.; GUERRERO, L. Consumer preference, behavior and perception about meat and meat products: An overview. Meat Science, v. 98, n. 3, p. 361–371, 2014.

FRIAS, J. L. et al. Características e preferências de consumo de carne ovina. Pubvet, v. 12, n. 8, p. 1–5, 2018.

GONZAGA, S. S. et al. Manual de cortes de carne ovina - para um melhor aproveitamento da carcaça. EMBRAPA, p. 34, 2018.

HERMUCHE, P. M. et al. Dynamics of Sheep Production in Brazil Using Principal Components and Auto-Organization Features Maps. Revista Brasileira de Cartografia, v. 64, n. 6, p. 821–832, 2012.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário 2017. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>. Acesso em: 02 jul. 2020.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa da Pecuária Municipal. Tabela 3939: Efetivo dos rebanhos, por tipo de rebanho, 2018. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/3939#resultado>. Acesso em: 03 jul. 2020.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA; COORDENAÇÃO DE TRABALHO E RENDIMENTO. Pesquisa de Orçamentos Familiares: 2008-2009. Análise do Consumo Alimentar Pessoal no Brasil. Biblioteca do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. 2011. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv50063.pdf>. Acesso em 19 jun. 2020.

MÉRCIO, T. Z. et al. Comportamento do consumidor e a percepção de qualidade da carne ovina em Porto Alegre, Brasil. Pesquisa Agropecuária Gaúcha, v. 26, n. 1, p. 101–113, 2 jun. 2020.

MILLER, R. Drivers of consumer liking for beef, pork, and lamb: A review. Foods, v. 9, n. 4, 2020.

NASCIMENTO, J. D. et al. Perfil do consumidor de carnes do Alto Pantanal Sul-mato-grossense. Revista Acadêmica: Ciência Animal, v. 16, p. 1, 2018.

OSÓRIO, J. C. DA S.; OSÓRIO, M. T. M.; SAÑUDO, C. Características sensoriais da carne ovina. Revista Brasileira de Zootecnia, v. 38, n. SUPPL. 1, p. 292–300, 2009.

PAULA, E. DE et al. Hambúrguer de carne de pescoço e pernil de ovelha. Anais da X SEAGRO - Agronomia - FAG. Anais.Cascavel - PR- Brasil: 2016.

PESSOA, R. M. DOS S. et al. A percepção do consumidor de carne ovina e caprina no município de Olho d'Água – PB. Pubvet, v. 12, n. 5, p. 1–6, 2018

REGO, F. C. DE A. et al. Desempenho, Características Da Carcaça E Da Carne De Cordeiros Confinados Com Níveis Crescentes De Bagaço De Laranja Em Substituição Ao Milho. Ciência Animal Brasileira, v. 20, p. 1–12, 2019.

REIS, J. A. et al. Produção de ovinos de corte em sistemas integrados. Embrapa Caprinos e Ovinos-Capítulo em livro técnico (INFOTECA-E)., p. 242–261, 2019.

REVISTA RURAL. OVINOS: CARNE IMPULSIONA OVINOCULTURA NO SUDESTE. Disponível em: <https://www.revistarural.com.br/Edicoes/2006/Artigos/rev101_ovinos_carne.htm>. Acesso em: 1 dez. 2020.

SANTOS, L. L. DOS; BORGES, G. DA R. Fatores que influenciam no consumo de carne ovina. Revista Comportamento do Consumidor, v. 3, p. 42–56, 2019.

SANTOS, L. L. DOS. Comportamento do consumidor de carne ovina: um estudo amostral no município de Dom Pedrito, RS. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Pampa, 2017.

SILVA, W. N. L. DA et al. Aceitabilidade de um produto cárneo tipo apresuntado elaborado com carne de ovino da raça Santa Inês. Revista Científica AGROPAMPA, v. 1, n. 1, p. 63–72, 2020.

TAGLIACARNE, G. Pesquisa de Mercado: técnica e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas,1978.

VIANA, J. G. A. Panorama Geral da Ovinocultura no Mundo e no Brasil. Revista Ovinos, v. 4, n. 12, p. 1–9, 2008.

VIANA, J. G. A.; MORAES, M. R. E.; DORNELES, J. P. Dinâmica das importações de carne ovina no Brasil: análise dos componentes temporais. Semina: Ciências Agrárias, v. 36, n. 3, p. 2223–2234, 2015.