

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
RONDÔNIA – CAMPUS JARU
CURSO DE BACHARELADO EM MEDICINA VETERINÁRIA**

ELAINE PEREIRA DE SANTANA

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA DO ESTADO DE RONDÔNIA

JARU

2024

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
RONDÔNIA – CAMPUS JARU
CURSO DE BACHARELADO EM MEDICINA VETERINÁRIA**

ELAINE PEREIRA DE SANTANA

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA DO ESTADO DE RONDÔNIA

Trabalho de conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Curso de Bacharelado em Medicina Veterinária do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – *Campus Jarú* para obtenção do título de Bacharel(a) em Medicina Veterinária.

Orientadora: Dra. Marilene dos Santos Maciel

JARU

2024

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO, com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Santana, Elaine Pereira de.
Perfil do consumidor de carne ovina do Estado de Rondônia /
Elaine Pereira de Santana, Jaru-RO, 2024.
35 f. : il.

Orientador(a): Dra. Marilene dos Santos Maciel.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Medicina Veterinária) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, Jaru-RO, 2024.

1. Carne. 2. Mercado consumidor. 3. Ovinocultura. 4. Produto. 5. Público-alvo. I. Maciel, Marilene dos Santos (orient.). II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Sarah Freire Bezerra, CRB-11/1097 (Campus Jaru)

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
RONDÔNIA – CAMPUS JARU
CURSO DE BACHARELADO EM MEDICINA VETERINÁRIA**

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA DO ESTADO DE RONDÔNIA

Tese elaborada por:

ELAINE PEREIRA DE SANTANA

Aprovado em/...../.....

BANCA EXAMINADORA

**Profa. Dra. Marilene dos Santos Maciel – Instituto Federal de Rondônia
Orientadora**

**Profa. Dra. Elizabeth Hortêncio de Melo – Instituto Federal de Rondônia
Membro da banca**

**Prof. Esp. Nicolas André Caetana Rodrigues – Instituto Federal de Rondônia
Membro da banca**

JARU

2024

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pelo dom da vida, pelas oportunidades concedidas, por guiar meus passos até aqui e por me sustentar diante das adversidades.

Aos meus pais, Erasmo dos Santos Santana e Eranides Pereira de Santana, expresso minha gratidão pela educação, amor incondicional, confiança, incentivos e, até mesmo, pelos puxões de orelha. Se cheguei até aqui, foi porque eles me deram a vida e me criaram com valores simples e honestos.

Aos meus irmãos, Erihan Pereira de Santana, Everson Pereira de Santana, Ezio Pereira de Santana e Ediane Pereira de Santana, agradeço pelo amor e apoio que sempre me deram.

Também sou grata ao Instituto Federal de Rondônia, *Campus Jarú*, que foi minha segunda casa nos últimos anos. Agradeço a toda equipe de professores e funcionários, em especial ao professor Jeferson Silva Carvalho, pela oportunidade de participar do projeto que deu origem a esta pesquisa, e à minha orientadora, professora Marilene dos Santos Maciel, por todo o auxílio e ensinamentos durante o desenvolvimento deste trabalho.

Concluo aqui mais uma etapa do meu desenvolvimento profissional, e deixo meu sincero agradecimento a todas as pessoas que foram essenciais nessa jornada, tanto na vida pessoal quanto acadêmica. Sem o apoio de cada uma delas, eu não estaria aqui hoje.

“Não haverá borboletas se a vida não passar por longas e silenciosas metamorfoses” (Rubem Alves).

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA DO ESTADO DE RONDÔNIA

Resumo

No Norte do Brasil a criação de ovinos é baixa e os investimentos nesse setor ainda são limitados, assim como, existe uma carência de informações sobre o perfil do consumidor. Portanto, este trabalho teve como objetivo caracterizar o perfil do consumidor de carne ovina no estado de Rondônia, a partir de fatores relacionados ao perfil socioeconômico, aceitabilidade do produto, hábito e frequência de consumo e compra, oferta do produto do mercado, preço, qualidade e conformidade da carne. A pesquisa foi quantitativa do tipo descritivo, e a coleta de dados foi realizada por questionários, utilizando a ferramenta *Google Formulários* (formato presencial e *online*). Os dados coletados foram tabulados no programa *Microsoft Office Excel*, e os resultados expressos por meio de gráficos e tabelas. Com os resultados, constatou-se que dos 192 participantes, 62,5% eram mulheres, 29,17% tinham entre 25 e 34 anos, 32,29% possuíam renda superior a três salários-mínimos, 74,48% residiam em áreas urbanas, e 40,10% tinham ensino superior. Apenas 15,10% nunca haviam consumido carne ovina, e 45,31% consumiam ocasionalmente. Além disso, 37,50% nunca compraram o produto, 39,58% adquirem a carne diretamente com produtor, 37,50% consideraram importante que a carne estivesse disponível em supermercados, e 69,27% relataram dificuldade em encontrá-la. Quanto às características químicas e nutricionais, 34,90% dos participantes declararam ter pouco conhecimento. Sobre o preço, 32,81% o consideraram acessível, e 22,59% destacaram o sabor como fator influente na compra. Quanto aos derivados, 28,65% preferiam linguiça. A maioria (91,15%) apontou a necessidade de maior divulgação da carne ovina, 93,23% se preocupariam com o bem-estar animal na ovinocultura ao adquirir o produto, e 92,19% estariam atentos à inspeção do produto pelos órgãos competentes. Com os resultados do presente estudo visa-se contribuir com informações atualizadas sobre o consumo de carne ovina, os desafios e oportunidades de crescimento da ovinocultura no Estado de Rondônia.

Palavras-chave: carne; mercado consumidor; ovinocultura; produto; público-alvo;

PROFILE OF THE SHEEP MEAT CONSUMER IN THE STATE OF RONDÔNIA

Abstract

In the North of Brazil, sheep farming is low and investments in this sector are still limited, as well as there is a lack of information on the consumer profile. Therefore, this study aimed to characterize the profile of sheep meat consumers in the state of Rondônia, based on factors related to socioeconomic profile, product acceptability, consumption and purchase habits and frequency, product supply in the market, price, quality and conformity of the meat. The research was quantitative and descriptive, and data collection was carried out through questionnaires, using the Google Forms tool (in-person and online format). The collected data were tabulated in the Microsoft Office Excel program, and the results expressed through graphs and tables. The results showed that of the 192 participants, 62.5% were women, 29.17% were between 25 and 34 years old, 32.29% had an income of more than three minimum wages, 74.48% lived in urban areas, and 40.10% had higher education. Only 15.10% had never consumed sheep meat, and 45.31% consumed it occasionally. In addition, 37.50% had never purchased the product, 39.58% purchased the meat directly from the producer; 37.50% considered it important for the meat to be available in supermarkets, and 69.27% reported difficulty in finding it. Regarding the chemical and nutritional characteristics, 34.90% of the participants stated that they had little knowledge. Regarding the price, 32.81% considered it affordable, and 22.59% highlighted the flavor as an influential factor in the purchase. Regarding derivatives, 28.65% preferred sausage. The majority (91.15%) indicated the need for greater promotion of sheep meat, 93.23% would be concerned about animal welfare in sheep farming when purchasing the product, and 92.19% would be aware of product inspection by the competent authorities. The results of this study aim to contribute with updated information on the consumption of sheep meat, the challenges and opportunities for growth in sheep farming in the State of Rondônia.

Keywords: meat; consumer market; sheep farming; product; target audience;

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de Rondônia com áreas coloridas apresentando os municípios que foram abrangidos pela pesquisa.	16
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Porcentagem de respostas referentes aos tipos de derivados da carne ovina que os consumidores estariam dispostos a consumirem.	24
Gráfico 2 - Porcentagem de resposta referente aos parâmetros que interferem na decisão de compra da carne ovina e seus derivados.	25

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Descrição do perfil socioeconômico dos consumidores entrevistados.	17
Tabela 2 – Descrição da caracterização do consumo de carne ovina.	18
Tabela 3 – Frequência de consumo dos consumidores.	19
Tabela 4 – Locais de compra e relevância da venda em supermercados da carne ovina.	20
Tabela 5 – Nível de conhecimento sobre as características químicas e nutricionais da carne ovina.	22
Tabela 6 – Facilidade de compra e percepção dos preços da carne ovina.	23
Tabela 7 – Necessidade de marketing, bem-estar na ovinocultura e inspeção por órgão competente.	26

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. MATERIAL E MÉTODOS.....	14
2.1 Tipo de Pesquisa.....	14
2.2 População.....	14
2.3 Critérios de inclusão e exclusão	14
2.4 Instrumento de coleta de dados.....	14
2.5 Procedimento de coleta de dados	14
2.6 Processamento e análise dos dados	15
2.7 Aspectos Éticos	15
3. RESULTADO E DISCUSSÃO.....	15
4. CONCLUSÕES.....	27
5. REFERÊNCIAS	27
6. APÊNDICE E ANEXO	31
6.1 APÊNDICE	31
6.2 ANEXO.....	34

1. INTRODUÇÃO

De acordo com os dados do IBGE (2023), a ovinocultura brasileira cresceu 1,3%, sendo a região Nordeste responsável por 71,2% do total de ovinos do país. No entanto, o consumo de carne de ovino no Brasil ainda é considerado baixo, quando comparado ao de outras carnes, a exemplo da bovina, suína e frango. Entretanto, a carne ovina tem atraído cada vez mais consumidores devido ao seu sabor e valor nutritivo (BATTAGIN, 2023), que é resultado principalmente do teor de proteínas, minerais e vitaminas, além de possuir uma boa digestibilidade (RODRIGUES, 2019). Dessa forma identificar as exigências do mercado consumidor e compreender os fatores determinantes para a escolha do produto são cruciais para o desenvolvimento desse setor produtivo (MELO *et al.*, 2020).

Segundo Polli *et al.* (2020) a qualidade da carne ovina pode ser definida pelos aspectos sanitários, coloração tanto da carne como da gordura, bem como, a quantidade de gordura de marmoreio e de cobertura do músculo, associados a fatores sensoriais, aroma, maciez e sabor, e a sua composição química. Aspectos esses que podem ser influenciados por fatores *ante mortem* e *post mortem*. No entanto, a aceitação da carne pelo consumidor não está apenas associada a aparência e as propriedades sensoriais, também abrange os aspectos culturais e de *marketing*.

No estado de Rondônia, o consumo da carne ovina é baixo principalmente quando comparado ao consumo de estados da região Nordeste, visto que a criação de ovino no estado encontra-se de forma limitada, são animais de baixo valor zootécnicos, explorado de forma extensiva, associados ou não com bovinos (EMBRAPA, 1989), sendo em sua maioria destinados ao consumo familiar.

À desestruturação da ovinocultura no estado, a carência de informações e de tecnologias para a produção e manejo sanitário do rebanho faz com que os consumidores não tenham constância na oferta do produto, na qualidade e no preço (PEREIRA *et al.*, 2007). Neste contexto, conhecer o perfil do consumidor em relação à carne ovina e entender os fatores que influenciam, ou não, o seu consumo é crucial para o desenvolvimento do sistema produtivo, fornecendo informações aos produtores e norteando a tomada de decisões dos setores que atuam na comercialização deste produto.

Com base no exposto, objetivou-se caracterizar o perfil do consumidor de carne ovina do estado de Rondônia.

2. MATERIAL E MÉTODOS

2.1 Tipo de Pesquisa

O projeto de pesquisa foi baseado em pesquisa quantitativa do tipo descritiva.

2.2 População

O público-alvo da pesquisa foram consumidores de carne de ovinos. A pesquisa com o público consumidor teve como finalidade a obtenção de dados referentes ao hábito e frequência de consumo, oferta do produto do mercado, preço, qualidade, nível de conhecimento sobre a carne e perfil socioeconômico. Todos os participantes da pesquisa eram habitantes residentes no estado de Rondônia, região Norte do Brasil.

2.3 Critérios de inclusão e exclusão

A amostragem é do tipo não probabilístico por conveniência, pois os dados foram coletados conforme acessibilidade e adesão voluntária do participante (THRUSFIELD, 2004).

2.4 Instrumento de coleta de dados

Os dados foram coletados por meio da aplicação de questionário estruturado sobre o perfil do consumidor de carne ovina (Apêndice). A adesão do participante aconteceu de forma voluntária perante assinatura de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo). O questionário consistiu em 20 perguntas fechadas e divididas em três seções: perfil socioeconômico (6), caracterização do consumo (9) e aceitabilidade do produto (5). A categoria de respostas de uma das questões do questionário foi do tipo Likert, utilizando escala de importância (pouco importante a muito importante).

2.5 Procedimento de coleta de dados

A coleta dos dados ocorreu de forma presencial e pelo envio de questionário *online*, elaborado com o uso da ferramenta *Google Formulários*

(<https://docs.google.com/forms>), encaminhado por e-mail e redes sociais (Whatsapp, Facebook, LinkedIn e Instagram) ao público-alvo e que tiveram interesse em participar da pesquisa.

2.6 Processamento e análise dos dados

Os dados coletados foram tabulados no programa Microsoft Office Excel, avaliados por análise estatística descritiva e os resultados expressos por meio de gráficos e tabelas.

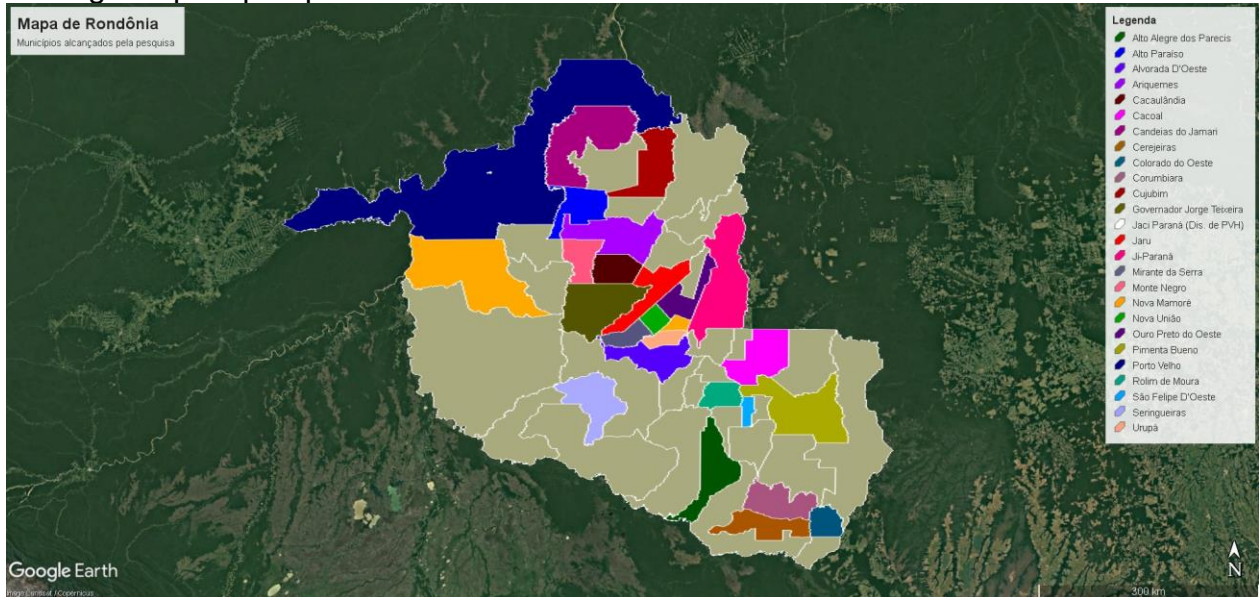
2.7 Aspectos Éticos

O presente projeto de pesquisa foi elaborado e executado de acordo com os aspectos éticos envolvendo seres humanos apresentados na Resolução nº 466 de 12 de dezembro de 2012 do Conselho Nacional da Saúde, que apresenta as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos.

3. RESULTADO E DISCUSSÃO

O estudo foi realizado no estado de Rondônia, na região Norte do Brasil. Dos 52 municípios que compõem o estado foram abrangidos pela pesquisa os municípios de: Alto Alegre dos Parecis, Alto Paraíso, Alvorada D'Oeste, Ariquemes, Cacaulândia, Cacoal, Candeias do Jamari, Cerejeiras, Colorado do Oeste, Corumbiara, Cujubim, Governador Jorge Teixeira, Jaci Paraná (Distrito de PVH), Jaru, Ji-Paraná, Mirante da Serra, Monte Negro, Nova Mamoré, Nova União, Ouro Preto do Oeste, Pimenta Bueno, Porto Velho, Rolim de Moura, São Felipe D'Oeste, Seringueiras, Teixeirópolis e Urupá (conforme ilustrado na Figura 1).

Figura 1. Mapa de Rondônia com áreas coloridas apresentando os municípios que foram abrangidos pela pesquisa.



Fonte: Autoria Própria.

Na Tabela 1 são apresentados o perfil socioeconômico dos entrevistados, na qual podemos observa que dos 192 entrevistados, 62,5% eram do sexo feminino, com idade entre 25 e 34 anos (29,17%), renda maior que três salários mínimos (32,29%), e com nível superior de instrução (40,10%). Além disso, 74,48% residiam em áreas urbanas.

Conforme é citado por Moraes (2020) as variáveis socioeconômicas têm um impacto determinante no comportamento do consumidor e podem ser classificadas em aspectos como estilo de vida ou fatores sociais (sexo, idade, nível de escolaridade e renda), influenciando diretamente as escolhas de produtos.

Tabela 1 – Descrição do perfil socioeconômico dos consumidores entrevistados.

Característica	Variável	Frequência (n = 192)	Percentual (%)
Sexo	Feminino	120	62,50%
	Masculino	72	37,50%
Faixa etária	18-24	53	27,60%
	25-34	56	29,17%
	35-44	34	17,71%
	45-54	18	9,38%
	55-64	20	10,42%
	> 65	11	5,73%
		Não respondeu	6
Renda Familiar	< 1 salário	28	14,58%
	1 salário	35	18,23%
	2 a 3 salários	61	31,77%
	> 3 salários	62	32,29%
		Não respondeu	6
Local que reside	Zona Urbana	143	74,48%
	Zona Rural	49	25,52%
Escolaridade	Ensino fundamental ou médio incompleto	14	7,29%
	Ensino fundamental completo	9	4,69%
	Ensino médio completo	57	29,69%
	Ensino Técnico	21	10,94%
	Graduação	77	40,10%
	Mestrado	5	2,60%
	Doutorado	5	2,60%
	Outro	4	2,08%

Fonte: Autoria própria.

Levantamento semelhante em pesquisa realizada por Rodrigues (2019) na cidade de Belém/PA, foi observado que há um predomínio no consumo de carne ovina por indivíduos do sexo feminino (62,38%), onde 30,69% dos entrevistados apresentavam idade entre 20-30 anos, além disso a amostra caracterizou-se por pessoas com nível médio de instrução (45,54%) e com renda familiar entre 2 e 3 salários mínimo (36,63%).

Em relação a caracterização do consumo de carne ovina, os dados são apresentados na Tabela 2. Observou-se que, entre os 192 entrevistados, 84,38% afirmaram ter consumido carne ovina. Esse resultado pode estar associado a fatores culturais, considerando a grande diversidade da população de Rondônia, que inclui pessoas da região Nordeste (SANTOS; BORGES; SILVA, 2024). Segundo Júnior (2017) no Nordeste o consumo de carne ovina é um hábito culturalmente arraigado, o que influencia os padrões de aquisição e consumo do produto.

Tabela 2 – Descrição da caracterização do consumo de carne ovina.

Variáveis		Frequência (n=192)	Percentual (%)
Consumiu alguma vez carne ovina ou derivados	Não respondeu	1	0,52%
	Sim	162	84,38%
	Não	29	15,10%
Consumiria carne ovina ou derivados	Não respondeu	5	2,60%
	Certamente não consumiria	5	2,60%
	Provavelmente não consumiria	7	3,65%
	Talvez consumisse	37	19,27%
	Provavelmente consumiria	52	27,08%
	Certamente consumiria	86	44,79%

Fonte: Autoria própria

Quando questionado ao público se consumiria a carne ovina ou algum derivado, 44,79% responderam que certamente consumiria. Isso indica que, apesar do consumo ser baixo, a carne ovina desperta interesse ou curiosidade entre os consumidores, seja

para consumi-la regularmente ou para experimentá-la. Além disso, essa afirmação pode sugerir oportunidades de mercado para os produtores locais e a necessidade de investir canais de comercialização diversos, que sejam mais acessíveis aos consumidores.

Na Tabela 3, são apresentados os resultados quanto a frequência de consumo. Constatou-se que a frequência de consumo é ocasional, ocorrendo às vezes (45,31%), e podemos observar que 37,50% dos entrevistados nunca compraram, demonstrando que a carne ovina e seus derivados não fazem parte da alimentação cotidiana dos consumidores, já que ela é vista como uma carne exótica ou *gourmet*, muitos consumidores têm dificuldade em considerá-la uma opção para o consumo diário.

Tabela 3 – Frequência de consumo dos consumidores.

Variáveis	Frequência (n=192)	Percentual (%)	
Frequência de consumo	Não respondeu	3	1,56%
	Nunca	28	14,58%
	Quase nunca	49	25,52%
	Às vezes	87	45,31%
	Quase sempre	11	5,73%
	Sempre	14	7,29%
Frequência de compra de carne ovina ou derivados	Não respondeu	3	1,56%
	Nunca	72	37,50%
	Quase nunca	35	18,23%
	Às vezes	60	31,25%
	Quase sempre	8	4,17%
	Sempre	14	7,29%

Fonte: Autoria própria

Em estudos semelhantes realizados por Santos (2017) e Silva *et al.* (2022), os autores destacaram que o consumo de carne ovina ocorre apenas em ocasiões

especiais, ou de uma a duas vezes por ano. Silva *et al.* (2022) identificaram em sua pesquisa que, 81% dos entrevistados têm o hábito de consumir carne ovina em baixa frequência. Dentre eles, 34,2% afirmaram consumir carne ovina de 1 a 2 vezes por ano, e 46,8% consomem apenas uma vez ao ano, corroborando os resultados encontrados na pesquisa atual.

A Tabela 4 apresenta dados sobre os locais de compra e a relevância das vendas em supermercados. Acerca do local de aquisição, 42,19% dos consumidores nunca compraram carne ovina, enquanto 39,58% adquiriram a carne diretamente do produtor. Contudo, 37,50% dos entrevistados consideraram que seria importante a disponibilidade de carne ovina em supermercados.

Tabela 4 – Locais de compra e relevância da venda em supermercados da carne ovina.

Variáveis	Frequência (n=192)	Percentual (%)	
Local onde compra	Não respondeu	1	0,52%
	Supermercados	22	11,46%
	Açougues	3	1,56%
	Feiras	9	4,69%
	Direto com o produtor	76	39,58%
	Nunca comprei	81	42,19%
Importância de vender no supermercado a carne ovina	Não respondeu	2	1,04%
	Sem importância	18	9,38%
	Pouco importante	21	10,94%
	Pode ser importante	72	37,50%
	Importante	49	25,52%
	Muito importante	30	15,63%

Fonte: Autoria Própria.

Em uma pesquisa realizada por Rosa *et al.* (2021), na região sudeste do Brasil, observou-se que a maioria dos entrevistados (51,8%) compram carne ovina diretamente de produtores. Segundo os autores, esse comportamento pode ser explicado pela dificuldade relatada pelos participantes em encontrar carne ovina em estabelecimentos comerciais, como açougues e supermercados. Isso pode ser reflexo de falhas na cadeia produtiva da região, como a falta de frigoríficos e abatedouros especializados em ovinos. Assim, os consumidores acabam se expondo a riscos ao adquirirem carne no mercado informal, sem a devida fiscalização. Essas características podem ser consideradas nos resultados desta pesquisa.

Outro aspecto importante foi o nível de conhecimento sobre as características químicas e nutricionais da carne ovina em comparação com a carne bovina (Tabela 5). Nesse contexto, 34,90% dos entrevistados declararam ter pouco conhecimento, enquanto 32,29% afirmaram não ter conhecimento algum. Carvalho (2011) constatou em sua pesquisa, realizada no Cariri cearense, que a maioria dos consumidores (77,5%) desconhece os valores nutricionais da carne ovina, consumindo-a mais pelo seu sabor diferenciado. Apenas 22,5% dos entrevistados afirmaram conhecer os valores nutricionais da carne ovina.

Conforme citado por Brixner *et al.* (2017), a carne ovina apresenta uma composição complexa, contendo aproximadamente 75% de umidade, 4% de gordura, 19% de proteína bruta (PB) e 1,1% de matéria mineral, sendo considerada menos calórica em comparação à carne bovina. No entanto, sua composição pode ser influenciada por fatores como genética, alimentação e idade dos animais.

Tabela 5 – Nível de conhecimento sobre as características químicas e nutricionais da carne ovina.

Variável	Frequência (n=192)	Percentual (%)	
	Não respondeu	1	0,52%
	Não tenho qualquer conhecimento	62	32,29%
Nível de conhecimento sobre as características químicas e nutricionais da carne ovina quando comparada com a carne bovina.	Tenho pouco conhecimento	67	34,90%
	Tenho algum conhecimento	30	15,63%
	Tenho um bom conhecimento	25	13,02%
	Tenho muito conhecimento	7	3,65%

Fonte: Autoria Própria.

Dados relacionados à facilidade de compra e à percepção dos preços da carne ovina são apresentados na Tabela 6. Com relação a facilidade de encontrar a carne ovina no comércio, 69,27% dos entrevistados alegaram não encontrar carne ovina com facilidade, sendo apenas 29,16% dos entrevistados que afirmaram ter facilidade de encontrá-la. Rosa *et al.* (2021) identificaram um fato semelhante em sua pesquisa, na qual 76,5% dos entrevistados relataram dificuldades para encontrar carne ovina no comércio, enquanto apenas 23,5% disseram ter facilidade para encontrá-la. Os resultados encontrados por Frias *et al.* (2018) apontaram que essa dificuldade está ligada à baixa frequência de consumo do produto. De acordo com Santana (2020) e Cezar (2022), em sua pesquisa, a falta de disponibilidade do produto, os preços elevados e a ausência de padronização são os principais obstáculos ao consumo de carne ovina. Em contrapartida, Moraes *et al.* (2020) indicam que um dos principais desafios do setor de carne ovina é a dificuldade em fornecer produtos para diversos mercados devido à falta de uma imagem de proteção que assegure e identifique a qualidade do produto.

Em termos de percepção de preço da carne ovina, 32,81% dos entrevistados consideraram o preço acessível, enquanto 25,52% o consideraram caro. Contudo, uma parcela significativa dos entrevistados (36,46%) optaram por não expressar uma opinião

sobre o preço do produto.

Tabela 6 – Facilidade de compra e percepção dos preços da carne ovina.

Variáveis		Frequência (n=192)	Percentual (%)
Facilidade de encontrar carne ovina	Não respondeu	3	1,56%
	Nenhuma	33	17,19%
	Pouca facilidade	100	52,08%
	Facilmente	40	20,83%
	Extremamente fácil	16	8,33%
Percepção de preços da carne ovina	Não respondeu	1	0,52%
	Acessível	63	32,81%
	Caro	49	25,52%
	Muito caro	9	4,69%
	Não opinou	70	36,46%

Fonte: Autoria Própria.

Em relação a aceitabilidade da carne ovina, os entrevistados foram questionados sobre quais produtos derivados de carne ovina consumiria se estivessem disponíveis no mercado, tendo 8 variáveis como opção, sendo elas: linguiça, hambúrguer, mortadela, bacon ovino, presunto, patê, copa e outro. Os resultados mostram que 28,65% optaria por linguiça, 13,02% por hambúrguer, 5,21% por mortadela, 4,69% por bacon ovino, 3,65% por presunto, e 1,04% cada um escolheria patê ou copa, enquanto 1,04% não responderam. Além disso, 41,67% dos entrevistados indicaram que optariam por outro tipo de produto (Gráfico 1).

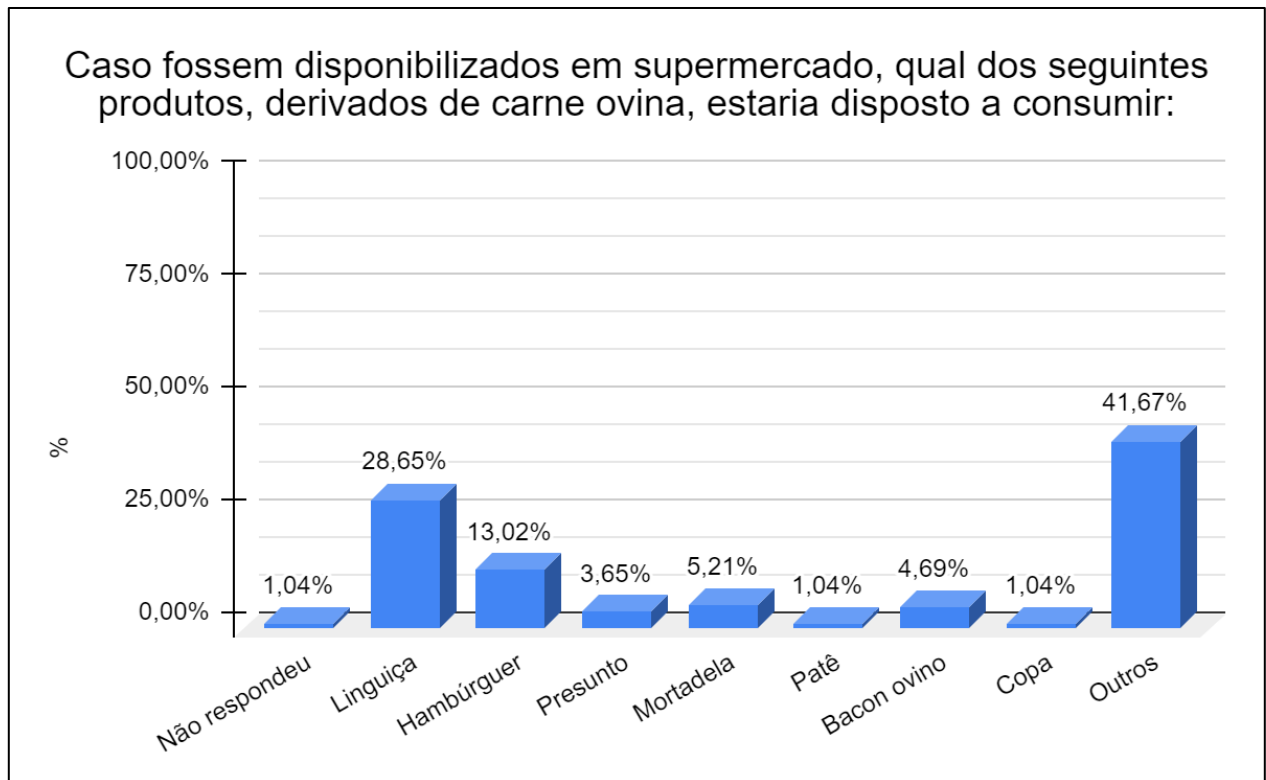


Gráfico 1 – Porcentagem de respostas referentes aos tipos de derivados da carne ovina que os consumidores estariam dispostos a consumirem.

Em uma pesquisa similar realizada por Agne; Porto e Cavalheiro (2021), foi perguntado aos participantes sobre a oferta de produtos minimamente processados ou industrializados, como linguiças, hambúrgueres, almôndegas, defumados e charque. Os produtos que despertaram maior interesse foram: linguiças (37,46%), charque (19,72%) e defumados (10,42%). Esses dados apontam para oportunidades de investimento na cadeia produtiva, especialmente na agregação de valor a produtos que utilizam carne ovina como principal matéria-prima. Entretanto, 11,27% dos entrevistados afirmaram não ter interesse em nenhuma dessas opções, e 4,23% indicaram interesse em outros produtos não mencionados na lista.

A respeito dos fatores que influenciam a decisão de compra (Gráfico 2), 22,59% dos entrevistados destacaram o sabor da carne, 18,02% a qualidade do produto, 15,48% mencionaram a confiabilidade, 14,72% o preço, 12,69% a facilidade de compra, 8,88% o odor do produto, 6,60% os benefícios para a saúde, e 1,02% preferiram não responder.

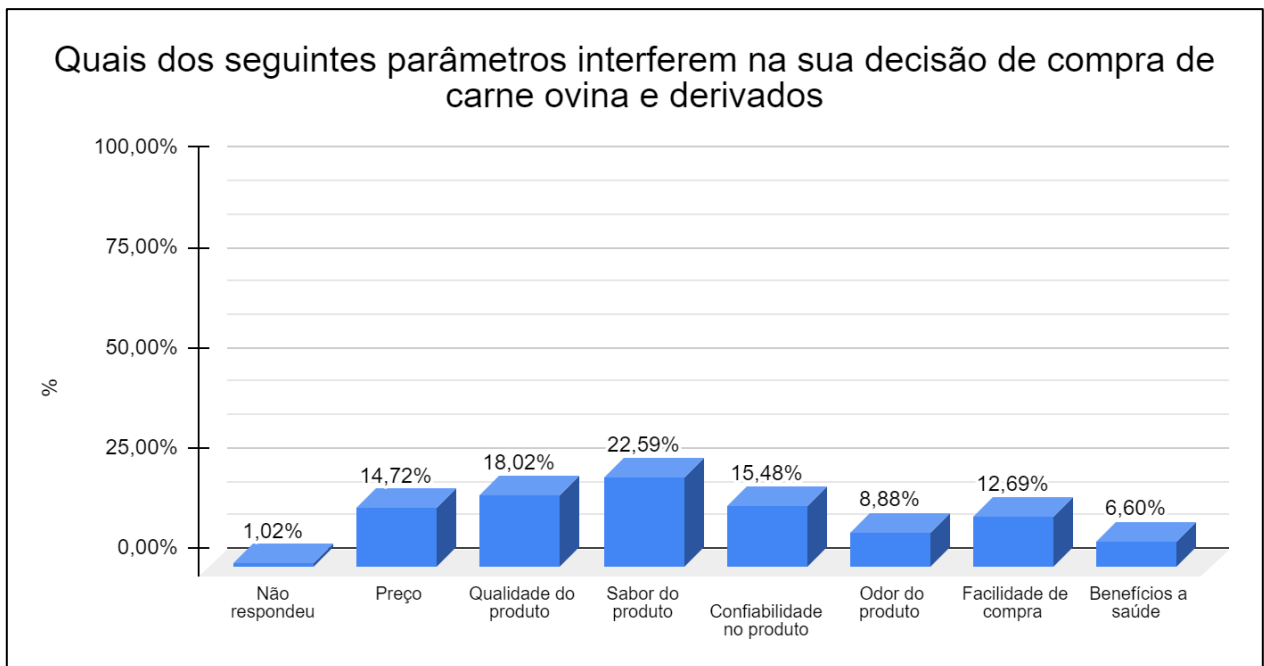


Gráfico 2 – Porcentagem de resposta referente aos parâmetros que interferem na decisão de compra da carne ovina e seus derivados.

Resultados semelhantes foram encontrados por Araújo *et al.* (2020) em uma pesquisa realizada no médio sertão alagoano, onde os entrevistados destacaram que o

principal motivo para continuar adquirindo o produto é o sabor da carne, sendo mencionado por 67% dos participantes em Santana do Ipanema e 57% em Maravilha.

Outro ponto interessante é sobre a necessidade de maior divulgação e *marketing* dos produtos derivados de carne ovina. Nesse sentido, 91,15% dos entrevistados acreditam que é fundamental aumentar a promoção desses produtos. Também foi questionado aos consumidores se eles se preocupariam com o bem-estar animal e se verificariam se o produto foi inspecionado por um órgão competente ao comprar carne.

Em resposta, 93,23% afirmaram que sim quanto ao bem-estar animal, e 92,19% disseram que verificariam a inspeção do produto (conforme ilustrado na tabela 7).

Tabela 7 – Necessidade de marketing, bem-estar na ovinocultura e inspeção por órgão competente.

Variáveis	Frequência		Percentual (%)
		(n=192)	
Acredita que há necessidade de maior divulgação e marketing dos produtos oriundos da carne ovina?	Não respondeu	1	0,52%
	Sim	175	91,15%
	Não	16	8,33%
Caso consuma ou consumisse carne ovina e derivados, o Sr(a) se preocuparia com as práticas de bem-estar animal aplicadas na ovinocultura quando fosse comprar o produto?	Não respondeu	2	1,04%
	Sim	179	93,23%
	Não	11	5,73%
Caso consuma ou consumisse carne ovina e derivados, o Sr(a) se preocuparia em observar se o produto foi inspecionado pelos órgãos competentes quando fosse comprá-lo?	Não respondeu	1	0,52%
	Sim	177	92,19%
	Não	14	7,29%

Fonte: Autoria própria

Alves *et al.* (2014) destacam que promoção e *marketing* são ferramentas fundamentais para a estratégia de venda de um produto, desempenhando um papel essencial em todo o processo. No entanto, essas ações dependem fortemente do sistema de produção. O *marketing* da carne ovina se torna ineficaz se a oferta for irregular e a

qualidade duvidosa, especialmente porque grande parte dos abates ocorre de maneira clandestina, sem a devida fiscalização de órgãos de vigilância sanitária. Visto que, em grande parte, a maioria dos consumidores adquire carne diretamente dos produtores rurais, o que pode comprometer a qualidade do produto e representar riscos à saúde e à confiança dos consumidores (Firetti *et al.*, 2017).

Além disso, as questões de bem-estar animal têm sido amplamente discutidas em nível global, tanto no meio acadêmico quanto no setor produtivo. No Brasil, essas pesquisas têm promovido avanços notáveis, ganhando visibilidade principalmente devido às exigências dos países importadores de produtos de origem animal. A crescente preocupação dos consumidores com a forma como os animais são criados e abatidos pressiona a indústria a adotar práticas mais éticas, respeitando a sensibilidade dos animais. Isso não apenas melhora a ética na produção, mas também eleva a qualidade dos produtos finais para os consumidores (Moraes *et al.*, 2020).

4. CONCLUSÕES

Os resultados indicaram que, embora a maioria da população consuma carne ovina, o consumo é esporádico. No entanto, os consumidores apontam que esse setor possui um potencial promissor para investimentos na cadeia produtiva da carne ovina e de seus derivados. Para os produtores, essas informações revelam oportunidades de ganhos por meio da agregação de valor à carne, diversificação de produtos e ampliação de nichos de mercado.

5. REFERÊNCIAS

AGNE, C. L.; PORTO, A. R.; CAVALHEIRO, M. Perfil dos consumidores de carne ovina no município de Cachoeira do Sul–RS, Brasil. **Revista Grifos**, v. 30, n. 53, p. 72-93, 2021. Disponível em: https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://pegasus.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/grifos/article/download/5627/3419&hl=pt-BR&sa=T&oi=gsb-gga&ct=res&cd=0&d=13365946999329040409&ei=4SwLZ8FPiLL1g-Uno7ZAw&scisig=AFWwaebhKppVRq2Tzg_habHwxhIL. Acesso em: 12 out. 2024.

ALVES, L. G. C. *et al.* **Produção de carne ovina com foco no consumidor**. Enciclopédia Biosfera, Centro Científico Conhecer, v. 10, n. 18, 2014. Disponível em:

<https://www.conhecer.org.br/enciclop/2014a/AGRARIAS/producao%20de%20carne.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2024.

ARAÚJO, C. de A. *et al.* Avaliação do consumo de carne ovina na região do Médio Sertão Alagoano. **Diversitas Journal**, v. 5, n. 3, p. 2140-2152, 2020. Disponível em: https://diversitas.emnuvens.com.br/diversitas_journal/article/view/1036/1080. Acesso em: 09 out. 2024.

BATTAGIN, Heloísa Valarine. **Aceitação de carne ovina no Brasil: uma abordagem por ferramentas de marketing, técnicas projetivas e análises sensoriais**. 2023. Tese (Doutorado em Ciências) - Faculdade de Zootecnia e Engenharia de Alimentos, Universidade de São Paulo, Pirassununga, 2023. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/74/74132/tde-05122023-103245/publico/DO6511856COR.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2024.

BRIXNER, B. M. *et al.* Propriedades da carne de cordeiros submetidas a dietas lipídicas. **Anais da X mostra científica FAMEZ / UFMS**, Campo Grande, 2017. Disponível em: <https://famez.ufms.br/files/2015/09/PROPRIEDADES-DA-CARNE-DE-CORDEIROS-SUBMETIDAS-A-DIETAS-LIP%C3%8DDICAS.pdf>. Acesso em: 09 out. 2024.

CARVALHO, Raquel de Sousa. **Caracterização do mercado consumidor de carne ovina no Cariri Cearense**. 2011. Dissertação (Mestrado de Zootecnia) – Centro de Ciências Agrárias e Biológicas, Universidade Estadual Vale do Acaraú, Sobral/CE, 2011. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/997157/1/upaCaracterizacao.pdf>. Acesso em: 09 out. 2024.

CEZAR, Alfredo Skrebsky. **Estudo dos fatores relacionados à cadeia produtiva da carne ovina e às preferências do mercado consumidor**. 2022. Monografia (Especialista em Estatística e Modelagem Quantitativa) – Centro de Ciências Naturais e Exatas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria/RS, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/25672/TCCE_EMQ_2022_CEZAR_ALFREDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 15 set. 2024.

FIRETTI, R. *et al.* Identificação de demanda e preferências no consumo de carne ovina com apoio de técnicas de estatística multivariada. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 55, n. 4, p. 679-692, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/pTPyNmBTK55LvpgJ45VLCpQ/?lang=pt#>. Acesso em: 10 out. 2024.

FRIAS, J. L. *et al.* Características e preferências de consumo de carne ovina. **Pubvet**, v. 12, p. 133, 2018. Disponível em: https://web.archive.org/web/20190430075518id_/http://www.pubvet.com.br/uploads/4607bd7281caca0129751e93f7061eba.pdf. Acesso em: 15 set. 2024.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Produção da Pecuária Municipal**. Rio de Janeiro, v. 51, p.1-12, 2023. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/84/ppm_2023_v51_br_informativo.pdf. Acesso em: 30 set. 2024.

JÚNIOR, Alexandre Corrêa de Castro. **Perfil do consumidor de carne caprina e ovina na região metropolitana do Recife**. 2017. Dissertação (Mestrado em Zootecnia) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife/PE, 2017. Disponível em: https://www.ppgz.ufrpe.br/sites/default/files/testes-dissertacoes/alexandre_correa_de_castro_junior.pdf. Acesso em: 15 set. 2024.

MELO, O. W. *et al.* Mercado consumidor de carne caprina e ovina do município de Capanema, Estado do Pará. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 5, p. 31845-31862, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/10764/8984>. Acesso em: 03 mar. 2024.

MORAES, Renata Espíndola. **Carne ovina: Perfil de consumo frente ao bem-estar animal**. 2020. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2020. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/ppgz/files/2021/02/Carne-ovina-Perfil-de-consumo-frente-ao-bem-estar-animal.pdf>. Acesso em: 15 set. 2024.

MORAES, R. E. *et al.* Perfil de consumo da carne ovina frente ao bem-estar animal na visão de produtores e consumidores. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 10, p. e089108158-e089108158, 2020. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/8158/7296>. Acesso em: 10 out. 2024.

MORAES, R. E. *et al.* Produção de carne ovina sob a ótica bem-estar animal. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 4, p. 21900-21911, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/9313/7859>. Acesso em: 15 set. 2024.

PEREIRA, R. G. de A. *et al.* **Cadeia produtiva de ovinos em Rondônia**. 2007.

POLLI, V. A. *et al.* Estresse térmico e o desempenho produtivo de ovinos: uma revisão. **Medicina Veterinária**, v. 14, n. 1, p. 38-47, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/343581906_Estresse_termico_e_o_desempenho_produtivo_de_ovinos_uma_revisao. Acesso em: 03 mar. 2024.

RODRIGUES, Raqueline Cunha. **Perfil do consumo de carne ovina da cidade de Belém Pará**. 2019. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Zootecnia) - Universidade Federal Rural da Amazônia, Belém, 2019. Disponível em: <https://bdta.ufra.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3043/1/PERFIL%20DO%20CONSUMO%20DE%20CARNE%20OVINA%20DA%20CIDADE%20DE%20BEL%c3%89M%20PAR%c3%81.pdf>. Acesso em: 15 set. 2024.

ROSA, C. F. *et al.* Identificação do perfil do consumidor da carne ovina na região sudeste por meio de questionário online. **SINERGIA-Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis**, v. 25, n. 2, p. 21-32, 2021. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/sinergia/article/view/12089/8735>. Acesso em: 15 set. 2024.

SANTANA, Luana Campos de. **Influência dos fatores intrínsecos nas características quantitativas e qualitativas da carne de ovinos: revisão**. 2020. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Agronomia) – Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, Brasília/DF, 2020. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/27732/1/2020_LuanaCamposDeSantana_tcc.pdf. Acesso em: 15 set. 2024.

SANTOS, L. A. N.; BORGES, L. R. M.; SILVA, de A. A. Fronteira material/imaterial: formação territorial de Rondônia e suas implicações sobre os povos indígenas. **Revista Ciência Geográfica**, v. 28, n. 1, p. 141-159, 2024. Disponível em: <https://ppg.revistas.uema.br/index.php/cienciageografica/article/view/3633>. Acesso em: 15 set. 2024.

SANTOS, Luthieli Lopes dos. **Comportamento do consumidor de carne ovina: um estudo amostral no Município de Dom Pedrito, RS**. 2017. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Agronegócio) – Universidade Federal do Pampa, Dom Pedrito/RS, 2017. Disponível em: <https://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/rii/4248/1/LUTHIELI%20LOPES%20DOS%20SANTOS%20.pdf>. Acesso em: 15 set. 2024.

SILVA, I. G. *et al.* Demanda Potencial e Aspectos Mercadológicos do Consumo de Carne Ovina em Presidente Prudente, São Paulo. **Ensaio e Ciência C Biológicas Agrárias e da Saúde**, v. 26, n. 4, p. 407-412, 2022. Disponível em: <https://ensaioeciencia.pgsscogna.com.br/ensaioeciencia/article/view/10294>. Acesso em: 15 set. 2024.

Sistema de produção para caprinos e ovinos em Rondônia. Porto Velho, EMBRATER/EMBRAPA - UEPAE de Porto Velho, 1989.

THRUSFIELD, M. **Epidemiologia Veterinária.** 2ª ed. Roca Press, São Paulo. 556p., 2004.

6. APÊNDICE E ANEXO

6.1 APÊNDICE

Questionário - Perfil do consumidor de carne ovina e derivados do Estado de Rondônia	
Perguntas	Opções de resposta
1. Perfil socioeconômico	
1.1 - Gênero	<input type="checkbox"/> Homem <input type="checkbox"/> Mulher <input type="checkbox"/> Outro
1.2 - Idade	<input type="checkbox"/> Entre 18 e 24 anos <input type="checkbox"/> Entre 25 e 34 anos <input type="checkbox"/> Entre 35 e 44 anos <input type="checkbox"/> Entre 45 e 54 anos <input type="checkbox"/> Entre 55 e 64 anos <input type="checkbox"/> Acima de 65 anos
1.3 - Renda familiar	<input type="checkbox"/> < 1 salário <input type="checkbox"/> 1 salário <input type="checkbox"/> 2 a 3 salários <input type="checkbox"/> > 3 salários
1.4 - Reside em:	<input type="checkbox"/> Zona Urbana <input type="checkbox"/> Zona Rural
1.5 - Em qual município de Rondônia o sr(a) reside?	

1.6- Escolaridade	<input type="checkbox"/> Ensino fundamental ou médio incompleto <input type="checkbox"/> Ensino fundamental completo <input type="checkbox"/> Ensino médio completo <input type="checkbox"/> Ensino Técnico <input type="checkbox"/> Graduação <input type="checkbox"/> Mestrado <input type="checkbox"/> Doutorado <input type="checkbox"/> Outro
2. Caracterização do consumo	
2.1 - O sr(a) já consumiu alguma vez carne ovina ou derivados?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
2.2 - Consumiria carne ovina ou derivados?	<input type="checkbox"/> Certamente não consumiria <input type="checkbox"/> Provavelmente não consumiria <input type="checkbox"/> Talvez consumisse <input type="checkbox"/> Provavelmente consumiria <input type="checkbox"/> Certamente consumiria
2.3 - Frequência de consumo	<input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Quase nunca <input type="checkbox"/> Às vezes <input type="checkbox"/> Quase sempre <input type="checkbox"/> Sempre
2.4 - Com que frequência o sr(a) compra carne ovina ou derivados?	<input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Quase nunca <input type="checkbox"/> Às vezes <input type="checkbox"/> Quase sempre <input type="checkbox"/> Sempre
2.5 - Local onde compra carne ovina ou derivados	<input type="checkbox"/> Supermercados <input type="checkbox"/> Padarias <input type="checkbox"/> Feiras <input type="checkbox"/> Direto com o produtor <input type="checkbox"/> Nunca comprei
2.6 - Para aumentar a competitividade, como o sr(a) avalia a importância de um supermercado vender carne ovina ou derivados?	<input type="checkbox"/> Sem importância <input type="checkbox"/> Pouco importante <input type="checkbox"/> Pode ser importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Muito importante

2.7 - Qual o seu nível de conhecimento sobre as características químicas e nutricionais da carne ovina quando comparada com a carne bovina?	<input type="checkbox"/> Não tenho qualquer conhecimento <input type="checkbox"/> Tenho pouco conhecimento <input type="checkbox"/> Tenho algum conhecimento <input type="checkbox"/> Tenho um bom conhecimento <input type="checkbox"/> Tenho muito conhecimento
2.8 - Com que facilidade o sr(a) encontra carne ovina ou derivados?	<input type="checkbox"/> Nenhuma <input type="checkbox"/> Pouca facilidade <input type="checkbox"/> Facilmente <input type="checkbox"/> Extremamente fácil
2.9 - Percepção de preços de leite de cabra e/ou derivados	<input type="checkbox"/> Acessível <input type="checkbox"/> Caro <input type="checkbox"/> Muito caro <input type="checkbox"/> Não opinou
3. Aceitabilidade do produto	
3.1 - Caso fossem disponibilizados em supermercado, qual dos seguintes produtos, derivados de carne ovina, o sr(a) estaria disposto a consumir:	<input type="checkbox"/> Linguiça <input type="checkbox"/> Hambúrguer <input type="checkbox"/> Presunto <input type="checkbox"/> Mortadela <input type="checkbox"/> Patê <input type="checkbox"/> Bacon ovino <input type="checkbox"/> Copa <input type="checkbox"/> Outros
3.2 - Qual a importância dos seguintes parâmetros na sua decisão de compra de carne ovina e derivados	<input type="checkbox"/> Preço <input type="checkbox"/> Qualidade do produto <input type="checkbox"/> Sabor do produto <input type="checkbox"/> Confiabilidade no produto <input type="checkbox"/> Odor do produto <input type="checkbox"/> Facilidade de compra <input type="checkbox"/> Benefícios a saúde
1 - Sem importância 2 - Pouco importante 3 - Às vezes é importante, às vezes não 4 - Importante 5 - Muito importante	
3.3 - O sr(a) acredita que há necessidade de maior divulgação e marketing dos produtos oriundos da carne ovina?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não

3.4 - Caso consuma ou consumisse carne ovina e derivados, o sr(a) se preocuparia com as práticas de bem-estar animal aplicadas na ovinocultura quando fosse comprar o produto?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
3.5 - Caso consuma ou consumisse carne ovina e derivados, o sr(a) se preocuparia em observar se o produto foi inspecionado pelos órgãos competentes quando fosse compra-lo?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não

6.2 ANEXO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO-TCLE

Pelo presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido eu, _____, em pleno exercício dos meus direitos me disponho a participar da Pesquisa **“Diagnóstico da cadeia produtiva de caprinos e ovinos no Estado de Rondônia, Brasil”**.

Declaro ser esclarecido e estar de acordo com os seguintes pontos:

O trabalho **“Diagnóstico da cadeia produtiva de caprinos e ovinos no Estado de Rondônia, Brasil”** terá como objetivo geral **caracterizar o sistema de produção de carne e leite de caprinos e ovinos no Estado de Rondônia**.

Ao voluntário, caberá apenas a autorização para **“preenchimento de questionário”** e não haverá nenhum risco ou desconforto ao voluntário.

- Ao pesquisador caberá o desenvolvimento da pesquisa de forma confidencial.
- O voluntário poderá se recusar a participar, ou retirar seu consentimento a qualquer momento da realização do trabalho ora proposto, não havendo qualquer penalização ou prejuízo para o mesmo.
- Será garantido o sigilo dos resultados obtidos neste trabalho, assegurando assim a privacidade dos participantes em manter tais resultados em caráter confidencial.
- Não haverá qualquer despesa ou ônus financeiro aos participantes voluntários deste projeto científico e não haverá qualquer procedimento que possa incorrer em danos físicos ou financeiros ao voluntário.
- Qualquer dúvida ou solicitação de esclarecimentos, o participante poderá contatar

a equipe científica no número (069) **99918 - 2512** com **Jeferson Silva Carvalho**.

- Ou através do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia - Campus Jaru no endereço: **Av. Vereador Otaviano Pereira Neto, 874 – Setor 2 – Jaru/RO, CEP.: 76890 - 000.**

- Ao final da pesquisa, se for do meu interesse, terei livre acesso ao conteúdo da mesma, podendo discutir os dados, com o pesquisador, vale salientar que este documento será impresso em duas vias e uma delas ficará em minha posse.

- Desta forma, uma vez tendo lido e entendido tais esclarecimentos e, por estar de pleno acordo com o teor do mesmo, dato e assino este termo de consentimento livre e esclarecido.

Assinatura do pesquisador responsável

Data ____ / ____ / ____