



Análise SWOT do perfil da carne bovina em Barra do Garças (MT)

Ludmilla dos Santos Dourado¹ , Laura Baialardi Galvão¹ , Natalia Holtz Alves Pedrosa Mora^{1,*} , Ana Aparecida Boing Robl¹ , Ana Paula Silva Possamai¹ , Alexandre Agostinho Mexia² 

¹Faculdades Unidas do Vale do Araguaia, Barra do Garças, MT, Brasil.

²Universidade do Estado de Mato Grosso, Nova Mutum, MT, Brasil.

*Autora correspondente: natalia-mora@hotmail.com

Recebido: 13/06/2017; Aceito: 19/03/2019

Resumo: O objetivo deste trabalho foi identificar os pontos fracos e fortes, as oportunidades e as ameaças da cadeia da bovinocultura de corte sob a ótica dos consumidores de Barra do Garças (MT). Para isso, foram entrevistados 520 consumidores em cinco distintos locais. O questionário foi aplicado seguindo a estratificação da população por sexo e idade por meio de dados do Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Por meio dessa distribuição, buscou-se eliminar erros de amostragem, a fim de tornar a amostra coletada mais representativa do total da população. Os dados foram coletados nos meses de julho e agosto de 2016. O estudo evidenciou, como ponto positivo, que a carne bovina é a mais consumida e preferida, mas existem alguns pontos fracos, como a falta de qualidade e a falta de padronização da carne encontrada na região. Ameaças diagnosticadas foram desconhecimento do histórico de rastreabilidade e alto valor da carne. Como oportunidades, há grande campo de venda e demanda de carne bovina na cidade e na região. O município de Barra de Garças já possui critérios no consumo de carne bovina, como prazer de consumo, segurança alimentar e bem-estar. No entanto, apesar de haver oferta e procura pelos consumidores, são necessárias melhorias em termos de qualidade, padronização, preço e rastreabilidade para aumentar o consumo e, conseqüentemente, a valorização da carne bovina nessa região.

Palavras-chave: ameaças; consumidores; oportunidades; preferências; proteína animal.

SWOT of the beef profile in Barra do Garças (MT), Brazil

Abstract: The objective of this work was to identify the weaknesses, strengths, opportunities and threats of the beef cattle chain, from the perspective of consumers in Barra do Garças (MT). To this end, 520 consumers were interviewed in five different locations. The questionnaire was applied following the stratification of the population by sex and age using data from the IBGE Demographic Census. From this distribution, it was sought to eliminate sampling errors, in order to make the collected sample more representative of the total population. The data were collected in the months of July and August 2016. The study showed, as a positive point, that beef is the most consumed and preferred, but there are some weaknesses, such as the lack of quality in the meat found in the region and the lack of standardization. Threats diagnosed were ignorance of the history of traceability and high meat value. As opportunities, there is a large field of sales and demand for beef in the city and region. The municipality of Barra de Garças already has criteria for the consumption of beef, such as the pleasure of consumption, food security and well-being. However, despite having supply and demand by consumers, improvements in terms of quality, standardization, price and traceability are necessary to increase consumption and consequently the appreciation of beef in this region.

Keywords: threats; consumers; opportunities; preferences; animal proteins.

1. INTRODUÇÃO

A atividade da bovinocultura de corte teve maior desenvolvimento a partir da década de 1970, por meio da expansão da fronteira agrícola, dos investimentos em plantas industriais e do forte estímulo às exportações. Com essa evolução, atualmente, o Brasil é considerado um dos maiores exportadores mundiais de carne bovina e o segundo maior consumidor do produto, já que a maior parte dessa produção é consumida internamente (BRANDÃO, 2013). O estado do Mato Grosso é responsável por 20% de toda a carne exportada (IMAC, 2019) e possui moderno e intenso sistema de criação, com um dos parques industriais mais modernos do mundo (VARIAN, 2000). Nos últimos anos,

foram alcançados índices satisfatórios de produção de carne bovina, mas, mesmo com alta produção, o país corre o risco de ficar mundialmente conhecido como produtor de carnes indesejáveis em razão de fatores relacionados principalmente com a sanidade e a qualidade, levando a baixo preço no mercado internacional (OLIVEIRA, 2006).

Segundo Cabral et al. (2014), o desafio da cadeia produtiva de carne bovina nacional é produzir uma carne que atenda as expectativas dos diversos mercados consumidores, cujo grau de exigência tem se elevado de forma expressiva nos últimos anos. A cadeia produtiva brasileira de bovinos ainda é desorganizada. Além dos fatores “dentro da porteira”, como a baixa produtividade, o fator “fora da porteira” ainda limita a chegada desse produto à mesa do consumidor. Falta de ações governamentais, sistemas falhos de inspeção e na industrialização, bem como padrões desiguais de consumo afetam diretamente a qualidade da carne e prejudicam sua comercialização.

Consumidores brasileiros, assim como americanos e europeus, estão priorizando carne saudável e com qualidade. Certificadoras de qualidade de carne não devem apenas enfatizar mais do que a oferta de produtos seguros, nutritivos e saborosos, mas também ter compromisso com a produção sustentável e a promoção do bem-estar humano e animal, assegurando satisfação do consumidor e renda ao produto sem causar danos ao ambiente (ROÇA & SERRANO, 1995).

Os aspectos associados à segurança alimentar possibilitam atingir maior qualidade do produto e conquistar a credibilidade do consumidor, levando em conta seus gostos e suas preferências, aparência, valores nutricionais, aspectos ambientais, histórico de rastreabilidade, entre outros (VELHO et al., 2009). Sendo assim, a análise de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (SWOT, do inglês *strengths, weaknesses, opportunities and threats*) vem de encontro a esses entraves pelos quais a carne bovina passa. Essa ferramenta consiste em um suporte importante para a tomada de decisão e é frequentemente usada como forma de sistematicamente analisar os ambientes interno e externo da organização (KOTLER, 2000).

A carne bovina sempre fez e sempre fará parte do hábito alimentar da população brasileira. Por isso, necessita de maior conhecimento do último vetor da cadeia (consumidor) para que, em retrocesso (varejo, indústria e produtor), melhore cada vez mais o produto. Como é muito consumida, torna-se necessário conhecer as preferências, as dificuldades, a frequência de consumo e os comportamentos dos consumidores de carne bovina *in loco*, para achar soluções que auxiliem no desenvolvimento regional desse setor cárneo.

A presente pesquisa teve como objetivo principal traçar uma análise SWOT da cadeia produtiva da bovinocultura de corte sob a ótica dos consumidores de Barra do Garças (MT).

2. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada no município de Barra do Garças, a longitude 52°15'24" oeste. A cidade possui população de 58.398 habitantes e área de 9.078,984 km². Está em conurbação com os municípios de Pontal do Araguaia (MT) e Aragarças (GO), sendo separada destes apenas pelo Rio das Garças e pelo rio Araguaia (IBGE, 2010).

Foi realizada pesquisa *survey*, que é utilizada para a obtenção de informações por intermédio de uma entrevista com os participantes, na qual são feitas inúmeras perguntas acerca do tema que se está estudando, por meio da aplicação de questionário estruturado para obter padronização do processo de coleta de dados (MALHOTRA, 2001). O instrumento utilizado para a pesquisa foi o questionário, aplicado pessoalmente por entrevistadores. Após o enunciado, era explicada a finalidade da pesquisa, e realizavam-se as perguntas. Nesta pesquisa, optou-se pela amostragem probabilística, na qual todos os membros da população tiveram oportunidade igual de serem selecionados para representar a amostra (BABBIE, 1999). Coletou-se uma amostra de 520 entrevistados nos meses de julho e agosto de 2016. O questionário foi aplicado seguindo a estratificação da população por sexo e idade por meio de dados do Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). Com essa distribuição, buscou-se eliminar erros de amostragem, a fim de tornar a amostra coletada mais representativa do total da população. Buscando com que a pesquisa representasse os diferentes nichos sociais do município, as coletas foram feitas em cinco distintos supermercados e em uma instituição de ensino superior. Ao final os dados foram contabilizados e tabulados com o auxílio do programa Excel[®] 2010, e, posteriormente, realizou-se análise de frequência, facilitando a interpretação da pesquisa.

Após a verificação dos resultados percentuais e do estabelecimento do perfil atual do consumidor do município de Barra do Garças, foi realizada análise SWOT para a consolidação do estudo. Posteriormente, procederam-se à descrição e à interpretação resultadas da pesquisa. Essa análise correspondente às forças, fraquezas, oportunidades e ameaças é considerada ferramenta fundamental de suporte estratégico, que facilita um estudo crítico dos fatores internos e externos à organização, permitindo ao planejamento das ações o alcance dos seus objetivos (LOBATO, 2002).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. Análises do perfil de consumidores de Barra do Garças (MT)

Os dados obtidos na pesquisa permitiram analisar o perfil da população de Barra do Garças em relação ao consumo de carne bovina (Tabela 1). Ressalta-se que, dos 520 entrevistados, 50,19% eram homens e 49,80% eram mulheres. A maior percentagem de entrevistados em relação à faixa etária foi dos participantes entre 18 e 27 anos, com 39,60%. Observou-se que os solteiros representaram 50,70% da avaliação. Em relação à escolaridade, 27,80% dos entrevistados estavam cursando o nível superior, já que parte dos questionários foi aplicada em instituição de ensino superior e que a cidade é um polo acadêmico. Constatou-se que a maioria dos entrevistados (48,60%) afirmou ser do estado de Mato Grosso.

Tratando-se da preferência entre carnes de diferentes espécies (Tabela 2), foi verificado que a carne bovina é mais escolhida em relação aos outros tipos de carnes (58,85%), seguida da carne de frango. Francisco et al. (2007) identificaram o perfil de consumidores semelhantes a esses dados no município de Porto Alegre (RS).

Tabela 1. Frequência total dos entrevistados na pesquisa.

Classificação	Frequência		
	Absoluta (n)	Relativa (%)	
Idade	18 a 27 anos	206	39,60
	28 a 37 anos	91	17,50
	38 a 47 anos	96	18,40
	48 a 57 anos	51	9,80
	58 a 67 anos	46	8,80
	68 a 77 anos	25	4,80
	Mais de 78	5	0,90
Estado civil	Solteiro	264	50,70
	Casado	196	37,60
	Divorciado	35	6,70
	Viúvo	25	4,80
Grau de escolaridade	Ensino fundamental incompleto	81	15,50
	Ensino fundamental completo	32	6,10
	Ensino médio incompleto	73	14
	Ensino médio completo	119	22,80
	Ensino superior incompleto	145	27,80
	Ensino superior completo	54	10,30
	Pós-graduação incompleta	2	0,30
	Pós-graduação completa	14	2,60
Estado de origem	Mato Grosso	252	48,60
	Goiás	193	37,10
	Outros	75	14,40

Tabela 2. Preferência entre carnes de diferentes espécies.

Espécie (Carne)	Homens (n)	(%)	Mulheres (n)	(%)	Total (n)	(%)
Bovina	175	67,04	131	50,57	306	58,85
Peixe	37	14,17	45	17,37	82	15,77
Frango	24	9,19	59	22,77	83	15,96
Ovina	3	1,14	0	0	3	0,57
Suína	22	8,42	24	9,26	46	8,85
Total	261	-	259	-	520	100

Pode-se observar maior preferência das mulheres por carne de peixe e frango. Provavelmente, por essas carnes apresentarem característica de baixo teor de gordura, são as mais escolhidas por esse gênero, preocupado com saúde e boa forma corporal. Houve porcentagem baixa no consumo de carne ovina em relação às outras carnes, por ausência de informações, falta de hábito de consumo, pouca disponibilidade e preço pouco acessível no mercado regional. O consumo de carne de ovinos e caprinos no Brasil é inferior em comparação às outras carnes, em razão da baixa oferta e de hábitos culturais (MONTE et al., 2012).

Em relação à carne bovina, 98,65% dos entrevistados disseram consumir e 1,34% das pessoas, não. Kirinus et al. (2013) também identificaram alta frequência de consumo na Região Sul do Brasil, com 98,7%.

Em termos nutricionais, a carne bovina é rica em proteínas de alto valor biológico, vitaminas do complexo B, e ainda fonte de ferro e zinco (BRANDÃO, 2013). Consumir pequenas quantidades ou não ter o hábito de consumir carnes pode afetar negativamente o estado nutricional humano, principalmente no fornecimento de proteínas e minerais.

A frequência de consumo mostrou-se elevada, uma vez que a maior parte dos entrevistados (67,64%) relatou consumo de carne bovina mais de três vezes por semana. Os dados mostraram que homens consomem carne bovina com maior frequência (33,28%) comparados às mulheres. Dias et al. (2015) constataram que 45,92% dos consumidores entrevistados de Campo Grande (MS) consomem carne diariamente, assim como o relatado a Souza (2008) em Pontes e Lacerda (MT) pela maioria dos entrevistados (65%). Raimundo (2013) verificou consumo de uma a duas vezes por semana na cidade de São Carlos (SP). Diante disso, percebe-se que, pelas diferenças culturais e regionais, a cadeia de carnes deve avaliar os consumidores para tentar satisfazer todos os nichos de mercado, que são específicos.

Avaliou-se a preferência pelo estabelecimento de compra. Grande parte dos consumidores entrevistados (54,5%) afirmou que compra os produtos cárneos em supermercados por conta da praticidade, para aproveitar a oportunidade de já estar no local para as compras e por acreditar que ele seja mais limpo. Outros entrevistados preferiram comprar em açougues (40,9%) pela variedade de carnes, por confiarem no estabelecimento e também por acreditarem que as carnes sejam de animais abatidos recentemente. Resultados de preferência foram semelhantes em pesquisas em Brasília (DF) (BRISOLA & CASTRO, 2005) e em Pontes e Lacerda (SOUZA, 2008). Baixos índices, como compras em minimercados (3,1%) por serem próximos de suas residências ou compras de outros fornecedores e de feiras ou abate de animais na própria propriedade, foram também relatados (1,3%). Em se tratando de ocasião de preferência para consumo, 93,76% dos consumidores responderam que consomem carne bovina em refeições do dia a dia em suas casas, 3,31% em restaurantes quando almoçam ou jantam fora, 17,74% quando recebem visitas especiais e 1,16% em datas especiais.

Saber de quais cortes os consumidores mais gostam e quais eles mais compram e outros atributos de compra é muito importante para a definição da situação comercial e cultural da cidade. De acordo com os resultados gerados por meio deste estudo, pode-se confirmar que a picanha é o corte bovino preferido pelos consumidores da região (27,62%), seguida de contrafilé (21,63%) e coxão (14,64%) e outros em pequenas variedades (36,11%). Em estudo realizado por Farias et al. (2010), o corte que teve a maior preferência no município de Bagé (RS) foi a picanha (17%), seguida da costela (14,9%). Já Kirinus et al. (2013) verificaram que 22,38% dos entrevistados da Região Sul disseram gostar de costela, seguida da picanha. A preferência por costela está ligada à cultura da Região Sul e à sua forma de preparo, comumente ao fogo de chão.

As principais dificuldades encontradas pelos consumidores na hora da compra da carne foram a qualidade (41,91%) e o preço elevado (46,78%) encontrados no município e na região. Outras dificuldades foram relatadas pelos entrevistados, como histórico de rastreabilidade (7,21%), falta de padronização dos produtos (3,31%) e falta de praticidade no preparo (0,79%). Em relação à rastreabilidade, nota-se que poucas pessoas têm conhecimento do que é esse processo, não sendo um elemento de decisão na compra de carnes. Porto et al. (2006) identificaram que os atributos mais importantes na hora da compra pelos consumidores de Pelotas (RS) são o preço e a qualidade, e que mesmo a carne bovina sendo mais cara é a mais consumida pela população, o que é semelhante aos resultados dessa entrevista.

Segundo Bridi (2009), a qualidade da carne é um aspecto almejado e valorizado pelo consumidor. Alguns critérios como as características sensoriais, nutricionais, sanitárias e éticas podem ser aperfeiçoados de acordo com a necessidade dos consumidores. Existem vários fatores que podem influenciar direta ou indiretamente a qualidade do produto. Entre eles, sistema de produção, raças, sistema de criação, aspectos nutricionais, sexo, idade; manejo pré-abate, manejo no curral, transporte, tempo em jejum; processo de abate, como o tipo de estimulação elétrica, sangria, transformação do músculo em carne, refrigeração, assim como a maturação, o resfriamento, o tipo de embalagem, o transporte desses produtos até os sistemas de varejo e os procedimentos culinários que podem alterar a maciez da carne (OLIVEIRA, 2006). É necessário o conhecimento desses fatores em cada etapa da cadeia produtiva de carne bovina para intervir em melhorias para o produto final, ocasionando produtos nobres, seguros e de boa qualidade para consumo interno.

Sobre a opinião da população quanto à coloração ideal da carne bovina (Tabela 3), 79,92% disseram que a coloração ideal é vermelha brilhante. Essa é uma das principais características físicas da carne bovina que o consumidor considera por ser um atributo mais facilmente perceptível, influenciando diretamente na hora da compra desse tipo de produto. Barcelos e Callegaro (2002) constataram que a coloração é o segundo atributo mais importante na escolha da carne para os consumidores de Porto Alegre.

Quanto ao odor, 52,05% disseram achar característico do produto. A respeito das opiniões sobre o sabor da carne bovina, 49,70% dos entrevistados atestaram que o sabor é bom, evidenciando ainda ser a preferida da população comparada a outras espécies. Em relação ao conhecimento dos entrevistados sobre inspeção da carne bovina, a pesquisa revelou que 46,20% dos participantes disseram saber que a carne que consomem possui serviço de inspeção, entretanto 53,80% não sabem se a carne que consomem possui algum tipo de vistoria, municipal, estadual ou federal. Esse resultado implica falta de segurança alimentar, já que esses entrevistados têm chances maiores de adquirir alguma doença transmita por alimentos.

Diante dos dados coletados, foi realizada análise SWOT de acordo com o perfil dos consumidores avaliados.

3.2 Análise de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças

3.2.1. Análise interna

3.2.1.1. Pontos fracos

Nesse município foi constatado que os consumidores acham que há baixa qualidade na carne bovina, principalmente em questão de sabor. Muitos entrevistados disseram que o sabor da carne de confinamento é mais forte. Não há relato de pesquisas sobre preferência de sabor de produtos oriundos de bovinos a pasto ou confinados, o que dificulta encontrar carnes adequadas para a venda nessa região.

Outra pontuação importante é a falta de padronização dos produtos. A cadeia de carne bovina de corte brasileira apresenta características instáveis e regionais, causando vários aspectos negativos no produto final. Problemas vindos da grande variedade de raças, sistemas de criação, condições sanitárias de abate e até mesmo aspectos culturais são pontos cruciais atrelados à qualidade. Como resultado, há a diversificação de matéria-prima, resultando em produto final sem padrão, o que afeta a competitividade do produto no mercado interno e externo.

No que se refere à falta de conhecimento sobre serviço de inspeção, os resultados deste estudo apontam falta de segurança alimentar, já que esses entrevistados têm maiores chances de adquirir alguma doença transmitida por alimentos quando compram carnes sem observar ou atestar que possuam inspeção federal, estadual ou municipal.

3.2.1.2. Pontos fortes

A carne mais consumida e preferida pelos participantes do estudo, mesmo com alguns pontos impertinentes, continua sendo a carne bovina. O Brasil é um dos maiores produtores e exportadores desse produto no mundo e tem o mercado interno como principal destino da sua produção, e esse consumo vem aumentando. Entre os 520 entrevistados no município de Barra do Garças, observou-se alta frequência de consumo desse produto.

Outra opção são os subprodutos, pelos quais os consumidores também têm preferência. Além da carne *in natura*, há grande consumo de carnes processadas, como hambúrguer, o que aumenta o campo de compra de produtos dessa espécie. E, por fim, outros subprodutos como couro e pele, sangue, ossos, intestinos/invólucros, gordura e miúdos. Essas partes do bovino, conhecidas como não carcaça, subprodutos ou *fifthquarter* estão aumentando em valor. A intenção dos frigoríficos é otimizar todo o bovino em um período curto para melhorar a comercialização.

Tabela 3. Preferência pela cor da carne bovina.

Coloração	Frequência absoluta (n)	Frequência relativa (%)
Vermelha escura	21	4,09
Vermelha brilhante	410	79,92
Vermelha pálida	29	5,65
Rosada	53	10,34
Total	513	100

3.2.2. Análise externa

3.2.2.1. Ameaças

Mesmo a carne bovina sendo a mais consumida e preferida pela maioria da população, ela possui fortes concorrentes, como a carne de frango, que é a segunda preferida pela população do município, e as carnes de peixe e suína. A concorrência deve-se a vários fatores, como preço, preferência pessoal na hora do preparo e sabor. O preço da carne bovina sempre foi alto em relação às outras carnes. Atualmente essa é uma das maiores queixas dos consumidores, mesmo com um grande frigorífico na cidade, e transforma-se em principal limitação de compra. Dessa forma, perde espaço para carnes mais baratas, como a de frango, pelo fato de a população não ter condições financeiras para comprá-la com frequência.

Uma série de acontecimentos na Europa e em outros países relacionados a doenças de animais e contaminação de origem animal, como encefalopatia espongiforme bovina (doença da vaca louca), febre aftosa, entre outras, deixou o mundo em alerta em relação aos produtos de origem animal. Com o objetivo de aumentar a segurança dos alimentos, alguns países importadores passaram a exigir dos países fornecedores a adoção de regras de identificação e registro de todo rebanho e estabelecer prazos para os fornecedores implantarem o sistema de rastreabilidade dos animais. Desde então, esse sistema vem ganhando mais e mais força. A rastreabilidade é o primeiro passo para atender à demanda dos consumidores, que estão cada vez mais exigentes quanto à qualidade da carne, à origem da carne que consomem, às condições em que o animal foi criado, ao respeito que o produtor teve com o meio ambiente, ao bem-estar animal, ao modo que o animal foi abatido, à maneira que a carne foi manipulada. Vários dos consumidores entrevistados disseram que uma das maiores dificuldades na hora de comprar carne é saber sua origem. Logo, esse quesito pode influenciar a decisão no momento da compra.

Outro fator importante são as zoonoses. Com a ocorrência dessas doenças, os mercados exigentes tornam-se inacessíveis para a venda externa. A necessidade de erradicá-las é urgente, pois interfere diretamente nas vendas de produtos de origem animal. A febre aftosa, por exemplo, é determinante para que o Brasil conquiste mercados mais exigentes, como o americano, o japonês e o sul-coreano, os quais não permitem a entrada de carne fresca de países que não tenham rebanho livre de aftosa. Consumidores brasileiros sabem dessa gravidade, mas acabam comprando esse produto mesmo não tendo segurança e avaliação adequada.

3.2.2.2. Oportunidades

O campo de venda da carne bovina no município é grande. Existe frigorífico de grande porte na cidade, e isso faz como que haja grande movimentação e produção de bovinos. De acordo com os dados encontrados nesta pesquisa, a carne bovina é a mais consumida e a preferida dos consumidores por conta também dessa facilidade. Há grande oferta por parte da indústria e procura pelos consumidores. Se houver controle para os fatores que implicam na qualidade da carne, a produção visará a produtos nobres, seguros e de boa qualidade para consumo interno e externo, projetando aumento do consumo e enfraquecimento da concorrência com as carnes de outras espécies.

4. CONCLUSÕES

Conclui-se por meio dos dados encontrados que consumidores do município de Barra de Garças já possuem critérios no consumo de carne bovina, como prazer de consumo, segurança alimentar e bem-estar. A cidade é um polo de venda dessa carne, já que existe um frigorífico com produção de alta escala. No entanto, apesar de ter oferta e procura pelos consumidores, são necessárias melhorias em termos de qualidade, padronização, preço e rastreabilidade para aumentar o consumo e, conseqüentemente, a valorização da carne bovina.

REFERÊNCIAS

- BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 1999. 519p.
- BARCELLOS, M. D.; CALLEGARO, C. A. M. A importância da informação como indicador de qualidade: o caso da compra de carne bovina em Porto Alegre. *In: CONGRESSO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO*, 22, 2002, Salvador. Anais... [CD-ROM]. Salvador: UFBA, 2002.
- BRANDÃO, F.S. **Tendências do consumo de carne bovina no Brasil**. 101f. Tese (Doutorado em Agronegócio) – Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócio, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.
- BRIDI, A.M. **Fatores que afetam a qualidade e o processamento dos produtos de origem animal**. Londrina: Departamento de Zootecnia, Universidade Estadual de Londrina, 2009. 11p.

- BRISOLA, M.V.; CASTRO, A.M.G. Preferências do consumidor de carne bovina do Distrito Federal pelo ponto de compra e pelo produto adquirido. **Caderno de Pesquisas em Administração**, v.12, n.1, p.81-99, 2005.
- CABRAL, L.S.; TOLEDO, C.L.B; GALATI, R.L. Oportunidades e entraves para a pecuária de corte brasileira. *In: SIMPÓSIO MATO-GROSSENSE DE BOVINOCULTURA DE CORTE*, 1., 2014, Cuiabá. **Anais [...]**. Cuiabá, 2014.
- DIAS, L.D.B.; ISERNHAGEN, L.; BRUMATTI, R.C.; FARIA, F.J.C.; FRANCO, G.L.; KIEFER, C.; ÍTAVO, C.C.B.F. Estudo sobre o padrão de consumo da carne bovina na cidade de Campo Grande, MS, Brasil. **Boletim Indústria Animal**, v.72, n.2, p.148-154, 2015. <http://doi.org/10.17523/bia.v72n2p148>
- FARIAS, J.L.; DALTRO, D.S.; BITTENCOURT, R.F.; HUBERT, A.R.N.; FELICE, A.C.; PINHO, A.S. Comparação entre o perfil dos consumidores de carnes das cidades de Rio Grande e Bagé do estado do Rio Grande do Sul. *In: SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO*, 4., 2010, Bagé. **Anais [...]**. Bagé, 2010, v.2, n.1.
- FRANCISCO, C.D.; NASCIMENTO, V.P.; LOGUERCIO, A.P.; CAMARGO, L. Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre. **Ciência Rural**, v.37, n.1, p.253-258, 2007. <https://doi.org/10.1590/S0103-84782007000100041>
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/população/censo2010/default.shtm>>. Acesso em: 2 set. 2016.
- INSTITUTO MATO-GROSSENSE DA CARNE (IMAC). **Cadeia Pecuária**. 2019. Disponível em: <<https://imac.agr.br/site/noticia/mato-grosso-exporta-mais-carne-em-janeiro-deste-ano-0/?tipo=release>>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- KIRINUS, J.K.; FRUET, A.P.B.; KLINGER, A.C.K.; DÖRR, A.C.; NÖRNBERG, J.L. Relação entre faixas de renda e o perfil dos consumidores de carne bovina da região Sul do Brasil. **Monografias Ambientais**, v.12, n.12, p.2776-2784, 2013. <http://dx.doi.org/10.5902/2236130810424>
- KOTLER, P. **Administração de marketing**: edição novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000. 776p.
- LOBATO, D.M. **Administração estratégica**: uma visão orientada para a busca de vantagens competitivas. Rio de Janeiro: Editoração, 2002. 156p.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 719p.
- MONTE, A.L.S.; GONSALVES, H.R.O.; VILLARROEL, A.B.S.; DAMACENO, M.N.; CAVALCANTE, A.B.D. Qualidade da carne de caprinos e ovinos: uma revisão. **Agropecuária Científica no Semi-Árido**, v.8, n.3, p.11-17, 2012.
- OLIVEIRA, B.B.R. **Principais aspectos que podem influenciar na qualidade da carne para o consumidor**. Monografia (Especialização em Higiene e Inspeção de Produtos de Origem Animal) – Universidade de Castelo Branco, Brasília, 2006.
- PORTO, R.G.; KOHLS, V.K.; RIGATTO, P. Perfil e hábitos do consumidor final de carnes em Pelotas – RS. **Revista Eletrônica de Administração**, v.12, n.6, p.691-710, 2006.
- RAIMUNDO, L.M.B. **Comportamento do consumidor de alimentos: uma análise do consumo de carnes em São Paulo**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal São Carlos, São Paulo, 2013.
- ROÇA, R.O.; SERRANO, A.M. Influência do banho de aspersão *ante-mortem* em parâmetros bioquímicos e na eficiência da sangria da carne bovina. **Pesquisa Agropecuária Brasileira**, v.30, n.8, p.1107-1115, 1995.
- SOUZA, G.P. Caracterização de hábitos de consumo e perfil dos consumidores de carne bovina em diferentes setores de Pontes e Lacerda. *In: CONGRESSO INTERNO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA UNEMAT*, 2008. **Anais [...]**. Pontes e Lacerda, 2008.
- VARIAN, H.R. **Microeconomia: princípios básicos**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 807p.
- VELHO, J.P.; BARCELLOS, J.O.J.; LENGELER, L.; ELIAS, S.A.; OLIVEIRA, T.E. Disposição dos consumidores porto-alegrenses à compra de carne bovina com certificação. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v.38, n.2, p.399-404, 2009. <https://doi.org/10.1590/S1516-35982009000200025>