

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA**

**BRUNO DENIS BIANCHINI**

**CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR DA CARNE OVINA NA CIDADE DE DOM  
PEDRITO - RS**

**Dom Pedrito  
2015**

**BRUNO DENIS BIANCHINI**

**CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR DA CARNE OVINA NA CIDADE DE DOM  
PEDRITO - RS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Zootecnia da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Zootecnia.

Orientador: Prof<sup>a</sup> Dr. Gladis Ferreira  
Corrêa

**Dom Pedrito  
2015**

**BRUNO DENIS BIANCHINI**

**CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR DA CARNE OVINA NA CIDADE DE DOM  
PEDRITO - RS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Zootecnia da  
Universidade Federal do Pampa, como  
requisito parcial para obtenção do Título  
de Bacharel em Zootecnia.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: dia, mês e ano.

Banca examinadora:

---

Prof. Dra. Gladis Ferreira Corrêa

Orientador

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

---

Prof. Dra. Angélica Pereira dos Santos Pinho

UNIPAMPA

---

Prof. Dra. Isabella Barbosa da Silveira  
Universidade Federal de Pelotas - UFPEL

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos  
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do  
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

B577c BIANCHINI, BRUNO DENIS  
CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR DA CARNE OVINA NA CIDADE DE  
DOM PEDRITO - RS / BRUNO DENIS BIANCHINI.  
31 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)-- Universidade  
Federal do Pampa, ZOOTECNIA, 2015.  
"Orientação: GLADIS FERREIRA CORRÊA".

1. CARNE OVINA. 2. PERFIL DE CONSUMIDOR. 3. PREFERÊNCIAS .  
4. CONSUMO . 5. MERCADO. I. Título.

À minha família,  
Pelo amor, paciência e apoio...  
Dedico.

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço primeiramente a vida e as forças que a regem por ter sido sempre tão generosa comigo, e embora o caminho não seja fácil, nunca estive desamparado. Agradeço imensamente a minha mãe Maria Dolores, meu maior exemplo de superação e garra, meu porto tranquilo em meio às tempestades, minha grande amiga de toda a vida, TE AMO! Às minhas irmãs, Josi e Luana, pelo amor, companheirismo e apoio dados ao longo desses anos, AMO VOCÊS!

À todos meus amigos e familiares distantes, pela torcida, incentivo e carinho.

Agradeço imensamente minha professora e orientadora Gladis Corrêa, não só pelos ensinamentos a mim passados, mas também por toda compreensão, carinho e confiança em mim depositado, meu MUITO OBRIGADO.

Aos NUPPERIANOS (incluindo a Sheilla), grandes amigos e colegas, pelo espírito de equipe e por terem me ensinado o real sentido de “grupo”, meu muito obrigado por tudo mesmo, VOCÊS SÃO SHOW!

À todos professores, amigos, colegas e funcionários da Unipampa que contribuíram para o meu crescimento profissional e moral durante esse tempo.

“O futuro pertence àqueles que acreditam na beleza de seus sonhos.”

Eleanor Roosevelt

## RESUMO

As constantes mudanças que a ovinocultura de corte vem enfrentando tem revelado um cenário atrativo, uma vez que a carne de cordeiro tem se destacado no mercado de carnes, apresentando uma demanda em potencial por consumidores que estão dispostos a pagar por atributos “não preço” associados ao produto, principalmente, no que diz respeito a segurança alimentar e nos efeitos benéficos que os alimentos podem causar ao organismo. A ovinocultura tem grande importância socioeconômica para região da campanha, porém, no que diz respeito ao atual consumidor da carne ovina, pouco se conhece sobre os fatores que envolvem e interferem na tomada de decisão, bem como as preferências e características do produto de maior aceitação no mercado. Nesse sentido, essa pesquisa teve como objetivo caracterizar o consumidor da carne ovina na cidade de Dom Pedrito, afim de contribuir para o estabelecimento de estratégias de produção e comercialização que atendam as exigências do mercado específico. Foram entrevistados 100 consumidores de maio a junho de 2015 onde os resultados evidenciam a carne ovina como a segunda colocada na ordem de preferência em relação a outras espécies, sendo consumida por 87% dos entrevistados, com frequência de uma vez por semana para a maioria dos entrevistados. Os principais limitantes para a compra são os “preços elevados”, seguido de “ausência do produto”. Em relação à escolha do corte, a costela foi a primeira na escolha, sendo seguida pela paleta e pelo pernil. O excesso de gordura e a falta de padrão dos cortes são as características citadas como as que mais afetam a comercialização. Observou-se um grande deficit de informação sobre a composição nutricional da carne ovina pelos consumidores, uma vez que 51,7% dos entrevistados afirmaram não conhecer tais características sobre o produto. Contudo, a carne ovina demonstrou ter grande demanda de mercado e os consumidores se mostram receptivos a produção local.

Palavras-Chave: perfil de consumidor, carne de cordeiro, consumo, mercado, preferências.



## ABSTRACT

The constant changes that the cutting sheep industry is facing has proved an attractive scenario, given that the lamb has excelled in the meat market, with a potential demand for consumers who are willing to pay for attributes "priceless" associated the product mainly with respect to food safety and beneficial effects in the food can cause the body. The sheep industry has great socio-economic importance to the campaign region, however, with regard to the current consumers of lamb, little is known about the factors that surround and influence the decision making, as well as the preferences and greater acceptance of product characteristics in the market. In this sense, this research aimed to characterize the consumer of sheepmeat in the town of Don Pedrito, in order to contribute to the establishment of production and marketing strategies that meet the requirements of specific market. 100 consumers were interviewed from May to June 2015 where the results show the lamb as the runner-up in order of preference with regard to other species, consumed by 87% of respondents often than once a week for most interviewed. The main limiting for the purchase are the "high prices", followed by "lack of product". Regarding the choice of the cut, the rib was the first in choice, followed by the palette and the shank. Excess fat and the lack of standard cuts are the characteristics cited as those that most affect the marketing. There was a large deficit of information on the nutritional composition of lamb meat by consumers, since 51.7% of respondents said they did not know such characteristics about the product. However, the lamb was shown to have great market demand and consumers are shown receptive to local production.

Keywords: consumer profile, lamb, consumption, market preferences.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Faixa etária dos entrevistados. ....	20
Figura 2 - Ocupação dos entrevistados.....	21
Figura 3 - Preferência do consumidor quanto à espécie animal.....	23
Figura 4 - Dificuldades encontradas na compra da carne ovina.....	24
Figura 5 - Dificuldades encontradas quanto ao corte. ....	25

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	11
2 CONCEITOS GERAIS E REVISÃO DE LITERATURA .....	13
2.1 Contexto da ovinocultura no Brasil.....	13
2.2 Perfil do consumidor.....	15
2.3 Benefícios do consumo da carne .....	16
3 MATERIAIS E MÉTODOS.....	18
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	20
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	26
REFERÊNCIAS.....	27
APÊNDICES.....	30

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos tem sido observada uma crescente procura por produtos cárneos com qualidade garantida, acarretada principalmente pelo aumento do poder aquisitivo da população e pela importância da segurança alimentar nos dias atuais. A associação dessas características, qualidade e segurança alimentar, refletem diretamente em consumidores mais exigentes que buscam, além das características intrínsecas do produto, atributos “não preço” agregados ao produto e respeito ao meio ambiente em todos os aspectos da produção, e, ainda, oferta constante e padronizada em locais de fácil acesso.

Neste sentido, a carne ovina, principalmente tratando-se de animais abatidos ainda jovens (cordeiros), surge como grande potencial de atender ao mercado de consumidores exigentes, pois, o reconhecimento das propriedades nutricionais e características organolépticas únicas da carne ovina coloca o produto em posição de destaque no mercado de carnes, fazendo com que a cada dia surjam novos adeptos ao consumo, propiciando um cenário atrativo para as indústrias alimentícias que operam nessa linha.

Porém, apesar do cenário favorável, a cadeia produtiva de carne ovina vem enfrentando problemas de organização. A falta de articulação entre os elos que a compõem, diminui a competitividade do produto frente à carne de outras espécies, principalmente a carne bovina, suína e de aves, que apresentam a cadeia bem estruturada e oferta constante de diferentes cortes.

Entre os principais problemas encontrados na ovinocultura, atualmente destacam-se: baixos índices zootécnicos na produção, dificuldade de mão de obra qualificada, falta de assistência técnico-econômica, altos custos de produção, dificuldade na obtenção de insumos, infidelidade produtor-frigorífico, sazonalidade de oferta, inexistência de padrão nos cortes, abates clandestinos e a falta de informação, divulgação e marketing do produto.

No que diz respeito ao estudo do consumidor, sendo esse o elemento principal de qualquer cadeia produtiva, pouco se conhece sobre as preferências que motivam a procura e a compra da carne ovina, de modo que apostar somente no crescimento demográfico e econômico da população não significa a garantia de consolidação deste artigo no mercado, sendo de suma importância conhecer e entender a complexidade dos fatores que envolvem e interferem na tomada de

decisão dos consumidores, bem como as preferências e características do produto que o levam a efetuar a compra. Segundo PORTO (2005) o estudo do consumidor final como um agente importante nas cadeias produtivas, é crucial para as organizações que pretendem ser ou continuar sendo competitivas, bem como para a formulação de estratégias empresariais sustentáveis no longo prazo.

Levando-se em consideração que a cadeia produtiva da ovinocultura tem grande importância socioeconômica para região da campanha, pois esta concentra o maior rebanho ovino do país distribuído nos municípios que a compõem, além de ser uma atividade tradicional que faz parte da identidade cultural dos gaúchos, observa-se também um consumo elevado da carne ovina em comparação ao restante do território nacional. Em contrapartida, é observado a ocorrência de abates informais e a comercialização de carnes sem procedência legal, onde a inexistência de inspeção veterinária coloca em risco a integridade física da população.

O trabalho foi desenvolvido na cidade de Dom Pedrito, com aplicação de pesquisa do tipo *survey*. O questionário aplicado foi do tipo fechado, composto por 23 perguntas de múltiplas respostas.

A organização do trabalho baseia-se em seções, iniciando com uma apresentação das considerações sobre o tema com embasamento na literatura, no desenvolvimento há a apresentação detalhada da metodologia utilizada, seguido da apresentação dos resultados e as discussões. No final do trabalho, estão apresentadas as considerações finais e referências bibliográficas consultadas.

Este trabalho busca caracterizar o consumidor de carne ovina na cidade Dom Pedrito, identificando as características do produto que atendam as exigências do mercado específico, contribuindo para o estabelecimento de estratégias de produção e comercialização, colaborando para o desenvolvimento da ovinocultura na região.

## 2 CONCEITOS GERAIS E REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Contexto da ovinocultura no Brasil

A atividade de ovinocultura é uma das mais antigas no mundo e surgiu há aproximadamente, 5.000 anos antes de Cristo (COSTA 2007). Devido a fácil adaptação edafoclimáticas da espécie, estão presente em todos continentes, porém demonstra expressividade econômica em poucos países (BORTOLI, 2008).

No Brasil, a introdução da espécie *ovis aries* (ovino doméstico) ocorreu no ano de 1556 trazidos pelos espanhóis. Durante o século XVII, ovinos batavos foram trazidos pelos Holandeses e no século XVIII, açorianos trouxeram exemplares da raça Churra para o Brasil. Em 1797 ocorreu a primeira importação de ovinos no Brasil, quando 17.000 animais da raça Merino foram trazidos para o Rio Grande do Sul (BERNARDES et al., 1998).

Conforme Viana (2008), no século XX, influenciado pela expansão mundial do mercado da lã e pela demanda deste subproduto, a ovinocultura se estabeleceu como uma das principais atividades econômica no Rio Grande do Sul, com inovações tecnológicas para a maximização da produção de lã, sendo a carne, produção secundária para consumo próprio dos estabelecimentos.

No entanto, ao fim da década de 80 houve uma grande crise na ovinocultura mundial, conhecida como a crise da lã, influenciada pela utilização de confecções de algodão e fibras sintéticas e pelo avanço tecnológico do setor têxtil. Com a queda do preço da lã e a dificuldade da comercialização, houve a retirada do crédito subsidiado à ovinocultura, resultando no abandono da atividade em muitas propriedades e na redução drástica do rebanho gaúcho (NOCCHI, 2001; VIANA, 2008).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o rebanho ovino gaúcho, impactado pela crise, reduziu dos aproximadamente 12 milhões para 5 milhões de animais no período de 1975 a 1996 e continuou diminuindo até o ano de 2003. Atualmente o efetivo do rebanho gaúcho está próximo aos 4,3 milhões de animais, representando 25% do rebanho nacional que consta com aproximadamente 17,4 milhões de exemplares, distribuídos em diferentes raças e finalidades de produção por todo território brasileiro, sendo mais representativos no Nordeste e Sul do país. Segundo a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura

(FAO) o rebanho brasileiro representa 1,6% do plantel mundial, posicionando o mesmo em 17º maior produtor mundial.

A crise econômica da atividade influenciou para a reestruturação da cadeia e surgimento de um novo foco de produção ainda pouco explorado. A ovinocultura ressurgiu tomando novos rumos alavancados pela produção orientada para carne. De acordo com Pereira Neto (2004), este cenário está mudando à medida que a carne ovina recebe destaque no mercado de carnes.

Segundo Costa (2007), mudanças mercadológicas ocorridas na ovinocultura de corte brasileira fazem os atores do setor, adotarem mecanismos de coordenação que visam atender a demanda e aumentar a competitividade do produto no mercado interno e externo, influenciados pelas preferências dos consumidores mais exigentes. Ainda, o mercado é promissor, pois há possibilidade de expandir o consumo interno da carne ovina e o país tem os atributos necessários para ser também um grande exportador (ALMEIDA JR. et al., 2004).

Atualmente o consumo *per capita* da carne ovina no Brasil está em aproximadamente 700 gramas, considerado muito baixo comparado ao consumo da carne de outras espécies como a bovina (38 kg per capita), aves (43 kg per capita) e suínos (15 kg per capita) (IBGE) e muito abaixo de outros países também produtores. A Nova Zelândia, por exemplo, consome 45 vezes mais carne ovina que o Brasil, sendo considerado o maior consumo *per capita* do mundo (COUTO, 2001). Mesmo assim, a produção interna ainda não é capaz de suprir a demanda do produto no mercado, sendo este abastecido pelas importações de carne oriundas de outros países produtores, principalmente o Uruguai (SELAIVE VILLARROEL e OSÓRIO, 2014).

A Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) estima que em meados deste século o crescimento populacional mundial chegará a 9,3 bilhões de pessoas, necessitando um aumento na produção de alimentos em torno de 70% para suprir essa demanda, sendo o Brasil possivelmente responsável por 40% deste montante. Parte desta demanda de alimento é de responsabilidade das cadeias produtoras de proteína animal para suprir a alimentação mundial nos próximos anos (MAPA)

Segundo Sorio (2012), os principais países produtores de carne ovina estão diminuindo seus rebanhos por diversos motivos: Austrália, devido às secas constantes; Nova Zelândia, para aumentar o espaço para as vacas leiteiras; Europa,

pela diminuição de subsídios; África do Sul, por uma crise generalizada na cadeia produtiva.

Já no Brasil, a carne ovina está em pleno avanço; porém, não é suficiente para abastecer seu mercado interno e muito precisa ser realizado. Por outro lado, é indiscutível a potencialidade no Brasil, por possuir área para expansão, poder aumentar o consumo por habitante, e ter um rebanho diversificado em genética e sistemas de criação para as diferentes condições de seu território. (SILVA SOBRINHO E OSÓRIO, 2008).

## **2.2 Perfil do consumidor**

Segundo Selaive Villarroel e Osório (2014),

“Produzir carne ovina com qualidade que provoque o mais alto grau de satisfação possível ao consumidor não é tarefa fácil e requer conhecimentos básicos necessários que vão sendo, ou foram descobertos, mas que, na maioria, levam tempo para chegar à aplicação prática. Por outro lado, as mudanças nas preferências ocorrem e, com elas, os direcionamentos e novos estudos. Tanto é assim que ontem se consumia o que se produzia e hoje devemos produzir o que se consome” (SELAIVE VILLARROEL e OSÓRIO, p. 400).

Sendo assim, Porto (2005) diz que o estudo do consumidor final como um agente importante nas cadeias produtivas, é crucial para as organizações que pretendem ser ou continuar sendo competitivas, bem como para a formulação de estratégias empresariais sustentáveis no longo prazo. No mesmo sentido, De Bortoli (2008) diz que no que se refere à importância da ovinocultura no Rio Grande do Sul, pouco é conhecido sobre o consumidor, de modo a estabelecer estratégias de produção e comercialização de carne ovina.

O consumidor atual de carne ovina tem exigências múltiplas e complexas. Compram além de produtos, qualidade, marca, conveniência, identidade cultural e características nutritivas e organolépticas específicas (De Bortoli, 2008).

Portanto, para entender o consumidor brasileiro, devem-se levar em consideração as atividades diretamente envolvidas em obter, consumir e dispor de produtos e serviços, incluindo os processos decisórios que antecedem e sucedem estas ações (ENGEL et al., 2000). Nesse sentido, o consumidor bem informado ao



adquirir um corte de carne pressupõe que ela: a) seja proveniente de animais saudáveis, abatidos e processados higienicamente, e que esta condição tenha sido objeto de verificação rigorosa; b) seja rica em nutrientes necessários à higidez; c) tenha uma aparência típica da espécie a que pertence, e d) seja bem palatável à mesa (FELICIO, 1999).

Conforme Vianna (2008) *apud* Garcia et al. (2000), a carne ovina é universalmente utilizada, não sofre restrições religiosas e não obtém imagem negativa com relação a questões de segurança alimentar relacionada com a sanidade ou substâncias promotoras do crescimento. Ainda, com comprovada demanda para carne ovina de qualidade e com oferta garantida, principalmente em centros urbanos como Porto Alegre, Caxias do Sul e Pelotas (OSÓRIO et al., 2002). Igualmente observado em Santa Catarina, Paraná e São Paulo (DE BORTOLI, 2008). Contudo, os cortes e as quantidades de carnes consumidas dependem do poder aquisitivo das populações, das tradições, dos costumes e da oferta de produtos (OSORIO, 2014 *apud* GIROTTI, 2013).

### **2.3 Benefícios do consumo da carne**

Passar a consumir carne não trouxe apenas benefícios ao organismo, mas também na construção de várias das nossas características humanas, sendo determinantes para a evolução do homem primitivo, uma vez que a caça pelo alimento permitiu a formação de grupos sociais, trabalho em equipe, raciocínio lógico, deslocamento exploratório (permitiu ao homem se espalhar e se adaptar a diferentes situações climáticas e pontos terrestre), além de uma inteligência mais apurada uma vez que surgiram as necessidades de se desenvolver armas e estratégias de caça.

Até recentemente, influenciado pela mídia e pesquisas sem credibilidade científica que não são capazes de sustentar os argumentos, disseminou-se a crença de que o consumo da carne vermelha estava relacionado com doenças cardiovasculares, renais, osteoporose e alguns tipos de câncer, trazendo prejuízos à saúde em geral. No entanto, diversos estudos científicos atuais trazem a tona o que nossos antepassados pareciam já saber: a carne vermelha é vital para o bom funcionamento do organismo e o nosso organismo é adaptado ao consumo de carne.

As proteínas encontradas nas carnes vermelhas são de alto valor biológico, composta por aminoácidos essenciais, ou seja, sua única fonte é, e esta, no alimento, sendo impossível de o organismo sintetizar sozinho. Além disso, também se pode citar a carne como importante fonte de vitaminas e minerais, como o Ferro, Zinco, ácido fólico, Vitamina B<sub>12</sub>, entre outros, essenciais para o funcionamento e manutenção do nosso organismo, principalmente ao sistema nervoso e as células. Ainda, o consumo de carne de qualidade esta ligada a prevenção de doenças como osteoporose, diabetes, esclerose múltipla, redução dos riscos de ataques cardíacos, câncer, câncer de mama, alergias, depressão e distúrbios imunológicos (RODÓ JR., 2011).

Contudo, em relação à qualidade da carne, essa passa ser influenciada por características de diversos fatores correlacionados ao seu processamento, desde o início da vida do animal até propriamente dita, ao prato do consumidor.

Fatores em relação à vida do animal influenciam na composição centesimal da carne, ocorrendo variações em virtude do sexo, da raça, época/idade/peso, maturidade, condição corporal, tipo de músculo e a nutrição fornecida, e ainda, do manejo pré-abate e pós-abate destes animais (FORREST, 1979; SAÑUDO et al. 1997; OSÓRIO et al., 2012).

Fatores na forma do preparo da carne podem ocasionar alterações químicas e físicas que modificam o valor nutricional e a composição química da mesma, sendo estes fatores: formas de transferência de calor, a temperatura, a duração do processo, o meio de cocção e o uso de aditivos responsáveis por tais alterações (GARCIA-ARIAS et al., 2003).

Segundo Rodó Jr. (2011), a forma como a carne é preparada e a adição de química á carne que podem trazer problemas, e não a carne em si.

### 3 MATERIAIS E MÉTODOS

O trabalho foi realizado no município de Dom Pedrito, situado na Região da Campanha do Rio Grande do Sul, distante 441 km de Porto Alegre, na Fronteira Oeste, entre os meridianos 54 e 55 (oeste) sobre o paralelo 31, estando a 141 metros do nível do mar, com latitude de -30,5858 e longitude de 54,4023.

A coleta dos dados ocorreu através de pesquisa do tipo *survey*, que pode ser descrita como a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, por meio de um instrumento de pesquisa, normalmente um questionário (Pinsonneault & Kraemer, 1993).

Os questionários foram aplicados por equipe composta por 04 alunos participantes do Núcleo de Pesquisa em Pequenos Ruminantes (NUPPER/ CNPq) da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Campus Dom Pedrito, devidamente treinados, capacitados e familiarizados com o questionário de modo a manter a imparcialidade quanto ao assunto, sem influenciar nas respostas dos participantes, mantendo um padrão na coleta de dados.

O questionário aplicado foi do tipo fechado, composto por 23 perguntas de múltiplas respostas (APÊNDICE A).

Dentre as perguntas relacionadas à caracterização do entrevistado, estão:

- Conhecimentos gerais e hábitos de consumo relacionados à carne ovina (comportamentos de compra, consumo e preferências);
- Identificação do entrevistado (idade, sexo, ocupação, escolaridade e número de pessoas por residência).

Quando se objetivou avaliar as preferências sobre a carne ovina, as questões envolveram:

- A preferência em relação à espécie;
- Corte ovino favorito;
- Frequência de consumo;
- Ocasão de consumo;
- Segurança alimentar;
- Atributos levados em consideração no momento da compra;
- Dificuldades encontradas no momento da compra; entre outros.

O questionário foi submetido a um pré-teste para validação, onde foi avaliada a compreensão e objetividade do questionário, verificando-se a necessidade ou não de alterações do mesmo. Participaram do pré-teste 50 pessoas, escolhidos aleatoriamente, no dia 23 de maio de 2015 durante a XXVII FENOVINOS na cidade de Caçapava do Sul – RS.

Verificou-se no pré-teste um desconforto por parte dos entrevistados em responder quanto ao nível salarial dos mesmos, onde os participantes preferiram omitir este dado. Portanto, optou-se por não relacionar a renda durante a realização deste trabalho de maneira a manter a cordialidade durante as entrevistas.

Na segunda etapa da pesquisa, foram aplicados 100 questionários, entre os dias 30 de maio e 03 de junho de 2015 em pontos estratégicos de comercialização da carne ovina na cidade de Dom Pedrito, como supermercados, açougues e butiques de carne. Preconizou-se no trabalho a variação nos dias, horários e locais de coleta de dados.

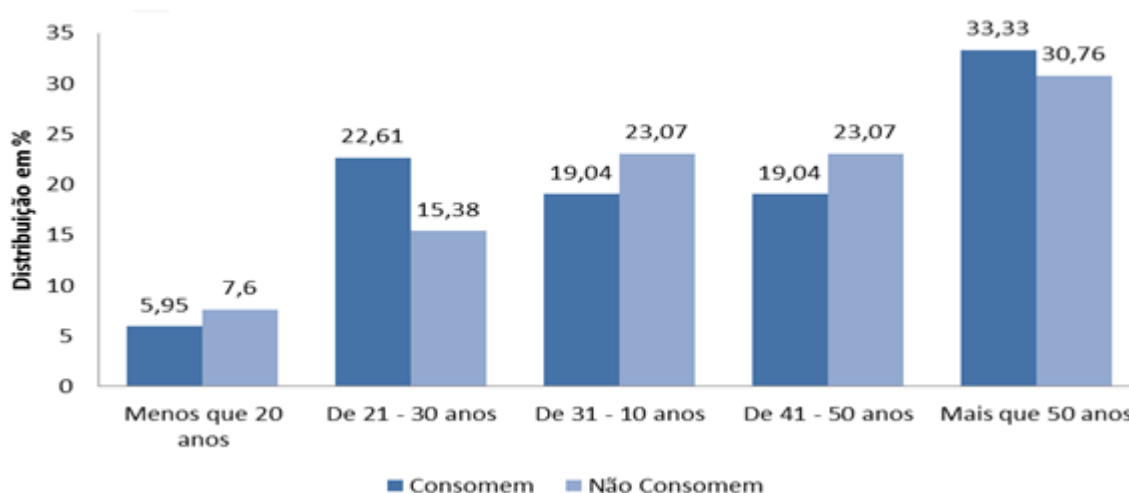
Após a etapa de coleta dos dados, os mesmos foram tabulados em planilhas específicas obtendo-se as frequências absolutas e relativas, através de análise de frequências.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra foi constituída por 53% de homens e 47% de mulheres, sendo que 6,2% dos entrevistados apresentavam idade inferior ou igual a 20 anos; 41,2% de 21 a 40 anos; 19,6% de 41 a 50 e 33% tinham 50 anos ou mais (Figura 01). Em relação ao grau de instrução, 29,1% cursaram ou concluíram o ensino fundamental; 34,4% possuem o ensino médio completo; 31,3% estão cursando ou possuem curso superior e 5,2% são pós-graduados.

Quanto à ocupação dos entrevistados, verificou-se que 16,5% são aposentados e 5,2% “do lar”; 15,5% são estudantes; 26,8% são profissionais liberais; 17,5% funcionários públicos; 11,3% funcionários privados e 7,2% são produtores rurais (Figura 02).

Figura 1 - Faixa etária dos entrevistados.

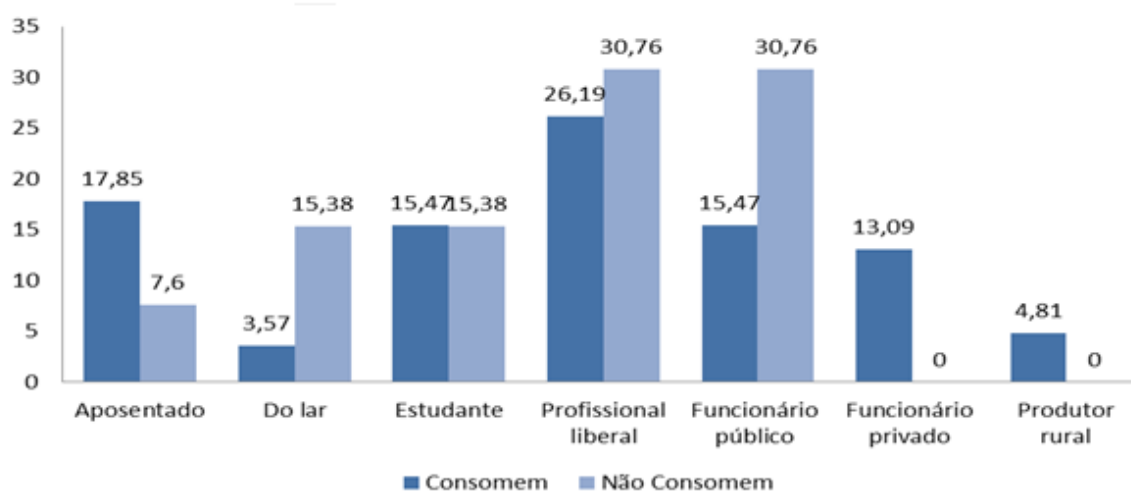


Fonte: O autor (2015).

O número de pessoas que dividem o mesmo domicílio foi de 3 a 4 pessoas para 53,6% dos entrevistados e de até 02 pessoas para 33% dos casos. Em 70% dos domicílios a carne ovina é consumida por todos os integrantes que compõem o ambiente familiar.

O estudo evidenciou uma parcela de 13% dos entrevistados que não consomem carne ovina, destes, 69% eram do sexo feminino e 30,7% tinham idade superior aos 50 anos, 23% possuíam entre 41 a 50 anos.

Figura 2 - Ocupação dos entrevistados.



Fonte: O autor (2015).

Quando questionados sobre o motivo por não consumir carne **ovina**, surgiram respostas como: “Dizem que é prejudicial à saúde”, “cheiro e gosto forte”, “muita gordura” e “preço muito elevado”, por exemplo. O que sugere que a carne ovina ainda está associada a paradigmas negativos, principalmente relacionados à gordura em excesso e seus efeitos no organismo.

Entretanto, em análise conjunta das respostas, 51,7% dos entrevistados afirmaram não ter conhecimento sobre a qualidade nutricional da carne ovina, evidenciando a falta de informação do produto para os consumidores, afetando diretamente a comercialização e a sua confiabilidade, uma vez que o consumidor atual está mais exigente quanto à qualidade de vida e à segurança alimentar, sendo o requisito de maior importância os benefícios que o alimento pode proporcionar para saúde.

No presente estudo, a carne ovina é consumida por 87% dos entrevistados, corroborando com os resultados obtidos por Mercio (2013) e Martins (2008) em trabalhos semelhantes, onde avaliaram consumidores de carne ovina nas cidades de Porto Alegre - RS e Maceió – AL, respectivamente, onde ambos verificaram que 85% dos entrevistados consomem carne ovina. No mesmo estudo, Mercio (2008), afirma que 74% dos entrevistados tem interesse em aumentar o consumo. Sendo o mesmo observado por De Bortoli (2008) na cidade de Porto Alegre e Firetti (2013)

nas cidades de Londrina e Maringá, onde os consumidores estudados relataram que se tivesse uma oferta maior consumiriam carne ovina com maior frequência.

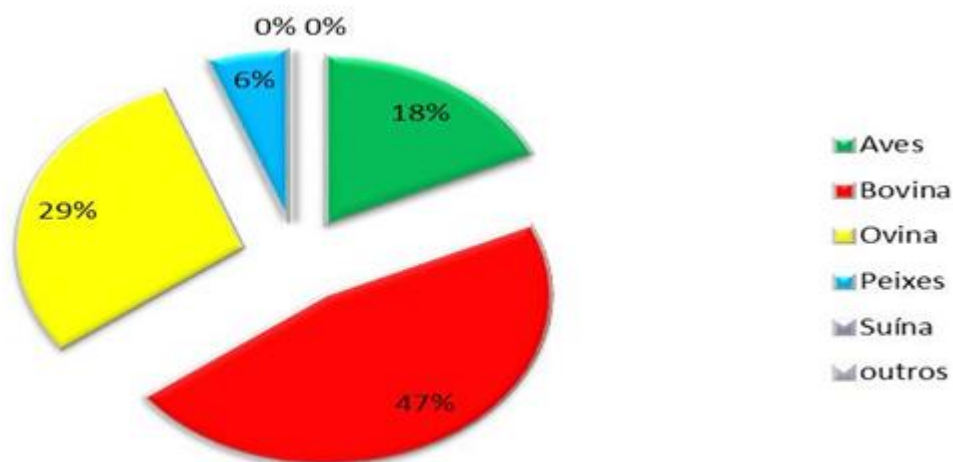
Esta afirmação por parte dos consumidores pode ser entendida pela sazonalidade do produto em determinadas épocas do ano, onde o mesmo, se torna ausente ou com preços elevados nos estabelecimentos comerciais, retratando a falta de organização da cadeia da ovinocultura de corte brasileira, e, afetando diretamente o consumidor final, criando uma imagem negativa do produto e a perda de competitividade com carnes de outras espécies.

Quanto à frequência de consumo, 27,6% consomem uma (01) vez por semana; 17,2% consomem duas (02) vezes por semana; 11,5% consomem três (03) vezes por semana; 8% quinzenalmente e 11,5% consomem uma vez por mês. Por outro lado, 24,1% dos entrevistados disseram consumir carne ovina esporadicamente.

A frequência de consumo pode estar relacionada com a ocasião, uma vez que 26,6% dos entrevistados afirmaram ser a ocasião indiferente para o consumo de carne ovina, 27,5% consomem nos fins de semana e 30,8% em eventos familiares.

A carne bovina foi a 1<sup>o</sup> colocada (46,6%) na ordem de preferência em relação a espécie animal, sendo seguida pela carne ovina (29,5%) e de aves (18,2%) (Figura 03). Semelhante ao resultado obtido por Mercio (2013) que evidenciou a carne ovina em segunda colocada na ordem de preferência em Porto Alegre. No entanto, discorda de Firreti (2010) e De Bortoli (2008) que obtiveram a terceira colocação para a carne ovina em termos de preferências. Irigoyen (2013) encontrou resultados ainda diferentes, sendo de 63% a preferência para a carne bovina e de 17% para carne ovina.

Figura 3 - Preferência do consumidor quanto à espécie animal.



Fonte: O autor (2015).

Estudando os consumidores porto-alegrenses, De Bortoli (2008) diz ter encontrado dados já evidenciados, baseados pelo consumo *per capita* do país, ou seja, a carne ovina não está entre as mais consumidas, mas chama atenção pela preferência em relação às demais carnes, sendo a preferida por 20% dos entrevistados no seu estudo.

O mesmo autor ainda explica que as diferenças entre consumo e preferência provavelmente estão associadas a questões econômicas, de conveniência, padronização e acesso ao produto que vem limitando um consumo no Brasil de carne ovina.

Em relação ao local, quando questionados onde adquirem o produto, 48,3% dos entrevistados informaram que adquirem a carne ovina em açougues; 23,6% em supermercado e 24,7% adquirem em “outros lugares”. Os motivos que os levam a comprar neste local são “qualidade reconhecida” (38,5%), seguido pelo “preço” (20,9%).

O fato de o consumidor ter preferência por açougue pode também, em partes, ser explicado por Silva et al. (1999) que destacam que “o açougueiro é, muitas vezes, uma referência em termos de idoneidade, uma vez que se torna conhecido dos consumidores dos arredores do estabelecimento comercial, ocorrendo um atendimento personalizado”.

Além disso, o estudo evidenciou uma preferência por 79,3% dos consumidores pelo produto oferecido na forma de “carne fresca”, o que pode estar relacionado com essa decisão, uma vez que a mesma encontra-se geralmente na



forma congelada nos supermercados da cidade estudada. Produto este decorrente da sazonalidade marcada na produção desta espécie, que fornece produto fresco somente durante o período de safra, entre os meses de dezembro e março.

Em relação às preferências dos consumidores quanto ao corte, a costela foi a primeira na escolha por 28,4% dos consumidores, seguido da paleta (27,4%) e pelo pernil (21,6%). Resultados semelhantes aos encontrados por Sorio et. Al.(2008) e De Bortoli (2008). Esse resultado, provavelmente pode ser explicado pelos costumes gaúchos, uma vez que os cortes citados são os de preferência para o tradicional churrasco.

O principal limitante citado para a compra de carne ovina são os “preços elevados” (28,20%), indo de encontro aos resultados obtidos por Firetti (2013) e De Bortoli (2008). O que ainda coloca a carne ovina em um patamar de produto diferenciado, e para um mercado consumidor diferente que os de carne bovina e frango. Semelhante ao que acontece com a carne suína, no Brasil.

No entanto, chama atenção que 24,1% dos entrevistados disseram que a ausência do produto é a principal dificuldade encontrada, seguido de “pouca variedade de cortes disponíveis” (17,9%) (Figura 04). Ainda, em relação à escolha do corte, o principal problema encontrado é o excesso de gordura e a falta de padrão dos mesmos (Figura 05).

Figura 4 - Dificuldades encontradas na compra da carne ovina.

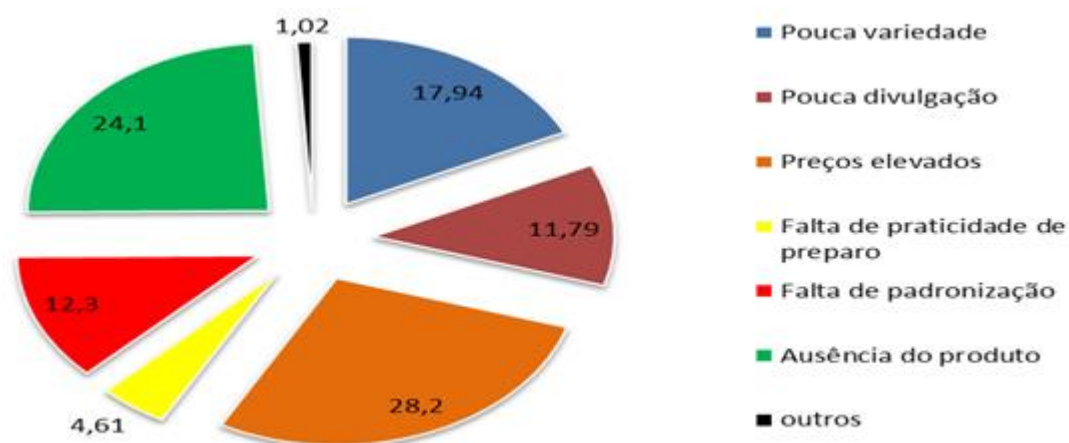
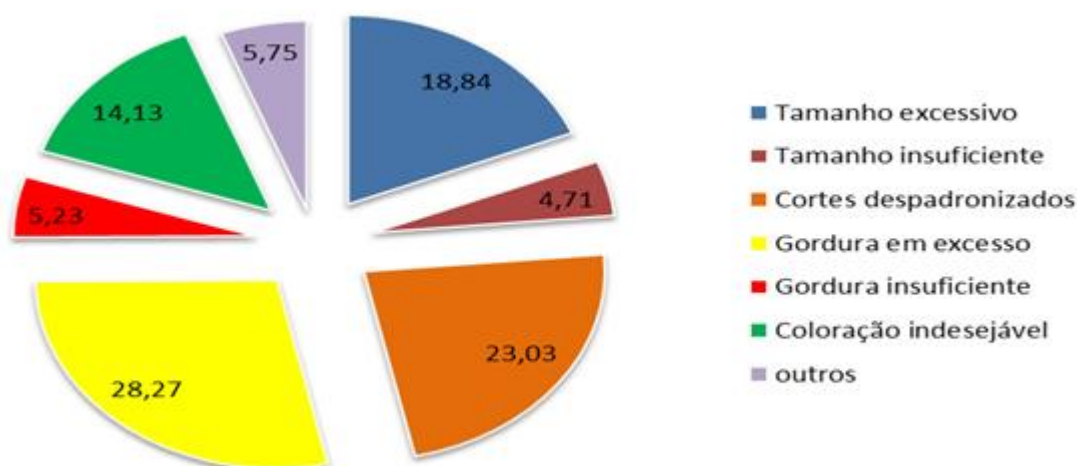


Figura 5 - Dificuldades encontradas quanto ao corte.



Fonte: O autor (2015).

Este aspecto negativo em relação à padronização do corte constata o principal problema da carne ovina, a sazonalidade de produção, que afeta diretamente sobre o produto oferecido ao consumidor, uma vez que na “entressafra” do cordeiro passa a ser oferecido à indústria animais de outras categorias, o que está diretamente relacionado com o tamanho do corte e grau de acabamento, influenciando na porção comestível do mesmo.

Segundo Selaive Villarroel e Osório (2014), a valorização da carcaça está diretamente ligada à sua porção comestível, que deve ser aquela que apresente a máxima quantidade de músculo com adequada quantidade de gordura, ou seja, a relação músculo:gordura que provoque o mais alto grau de satisfação ao consumidor. Contudo, a distribuição adequada de gordura na carcaça depende da velocidade de crescimento e desenvolvimento dos animais e sobre estas atuam dois fatores extremamente importantes - raça e alimentação, além das diferenças entre o sexo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca por alimentos politicamente corretos, que respeitem o ambiente de produção que estão inseridos e que, devido ao seu consumo, tragam benefícios ao organismo é a atual tendência dos consumidores, e nesse contexto, pode-se dizer que a imagem da carne ovina é favorável, não só pela aceitação deste produto, como também, pelo seu valor nutricional.

A carne ovina na cidade de Dom Pedrito demonstrou ter grande demanda de mercado, sendo a segunda na ordem de preferência, com consumidores ativos que fazem o uso deste produto semanalmente, porém, a oferta irregular ou ausente deste produto nos estabelecimentos comerciais em algumas épocas do ano são marcantes e é o que vem limitando o estabelecimento formal de comercialização da carne ovina.

As variações entre sistemas de criação e a diversidade de raças utilizadas no município de Dom Pedrito podem contribuir para diminuir a sazonalidade de oferta da carne ovina no mercado consumidor, e este se mostra receptivo à produção local.

Contudo, o consumidor deve ser bem informado sobre as características do produto que está adquirindo e ainda, este produto ter um preço acessível. A consolidação da comercialização formal da carne ovina depende da compreensão mútua dos produtores e da indústria sobre as características de preferência dos consumidores, podendo assim, se estabelecer estratégias e canais de comercialização.

A oferta regular, padronização de cortes e ofertas de cortes diferentes para cocção e não somente para churrasco, pode trazer novas opções ao consumidor desta carne, criando um novo elo entre o consumidor e este tipo de produto, o que certamente beneficiará e fortalecerá a cadeia produtiva.

A ovinocultura de corte está em pleno avanço no país, e embora sejam boas as expectativas, ainda falta muito para ser feito em termos de qualidade de carne. A carência de informação e falta de articulação da cadeia dificulta que as poucas pesquisas existentes se estabeleçam na prática, porém, a garantia de um produto de qualidade depende da informação difundida entre todos os segmentos de produção, sendo necessário identificar e seguir os padrões de qualidade ética, sanitária, nutricional e organoléptica preconizada pelo consumidor, tanto por parte do produtor quanto da indústria.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA JÚNIOR, G.A; COSTA, C.; MONTEIRO, A. L. G; GARCIA, C. A.; NERES, M.A.. Qualidade da carne de cordeiros, criados em creep feeding com silagem de grãos úmidos de milho. Revista Brasileira de Zootecnia, v.33, n.4, p. 1039-1047, 2004.
- BERNARDES, R.A.C.; BIAZUS, G.; BERRO, I.M.A. Ovinocultura Geral. Caderno Didático – Universidade Federal de Santa Maria, Departamento de Zootecnia. 1ºed., Santa Maria/RS. 175p., 1998.
- COSTA, N.G. da. A cadeia produtiva de carne ovina no Brasil rumo às novas formas de organização da produção. Brasília: Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, 2007, 182p. Dissertação de Mestrado.
- COUTO, F. A. A. “Importância Econômica e Social da Ovinocaprinocultura Brasileira” In: CNPq. Apoio à cadeia produtiva da ovinocaprinocultura brasileira. Relatório final. 69 p. Brasília, 2001.
- De Bortoli, E. D. C., Barcellos, J. O. J., Ceolin, A. C., Machado, J. D., Teixeira, J. L., & Révillion, J. P. P. CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA NA CIDADE DE PORTO ALEGRE.
- ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D; e MINIARD, Paul. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS – FAO, disponível em: <<http://faostat.fao.org> > Acesso em: 10 jun. 2012.
- FELÍCIO, P.E. Qualidade da carne bovina: características físicas e organolépticas. In: XXXVI Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Zootecnia, 1999, Porto Alegre. Anais.
- FORREST, J. C. et al. Fundamentos de ciência de la carne. 1 ed. Zaragoza: Acribia, 1979.
- Firetti, R., de Oliveira, E. C., de Oliveira, D. E. S., & de Carvalho Filho, A. A. (2013). CARACTERÍSTICAS E PREFERÊNCIAS DE CONSUMO DE CARNE OVINA NAS CIDADES DE LONDRINA E MARINGÁ. *Synergismus scyentifica UTFPR*, 8(2).
- Firetti, R., Carrer, C. D. C., Silva, V. L., Trindade, M. A., Souza, S. C. D., Savastano Júnior, H., & Ribeiro, M. M. D. L. D. O. (2010). Percepção de consumidores paulistas

em relação à carne ovina: análise fatorial por componentes principais. *Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal*, 11(1).

GARCIA-ARIAS, M. T. et al. Cooking-freezing-reheating (CFR) of sardine (*Sardina pilchardus*) fillets: effect of different cooking and reheating procedures on the proximate and fatty acid compositions. *Food Chemistry*, v. 83, n. 3, p. 349-356, 2003.

GIROTTI, R.P. Aplicação do Método de Inteligência estratégica antecipativa e coletiva em empresa ligada ao comércio de carne ovina. Trabalho de Conclusão de Curso, Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013, 76 p.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2015. Disponível em: < <http://www.sidra.ibge.gov.br/>>, acesso em: 10 jun. 2015.

Irigoyen, L. R., Corrêa, G. F., Madruga, A. M., de Vasconcellos, M. M., Moreira, B. S., & dos Santos Pinho, A. P. (2013). Perfil do Consumidor de Lingüiças de Carne Ovina com Adição de Distintos Tipos de Gordura Animal. *Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão*, 5(2).

MARCONI, M. A. & LAKATOS, E. M. Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2006.

Martins, Espedito Cezário. Caracterização do consumo das carnes caprina e ovina em Alagoas / Espedito Cezário Martins. ... [et al.]. Sobral: Embrapa Caprinos e Ovinos, 2008. 23 p. : il. color. (Documentos / Embrapa Caprinos e Ovinos, ISSN 1676-7689 ; 82).

Mercio, T. Z. (2013). O comportamento do consumidor de carne ovina e sua percepção de qualidade por meio de pistas e atributos.

NOCCHI, E. D. G. Os efeitos da crise da lã no mercado internacional e os impactos sócio-econômicos no município de Santana do Livramento, RS, Brasil. Rosário: UNR, 2001. Dissertação (Mestrado em integração e cooperação internacional), Universidad Nacional de Rosario, 2001.

OSÓRIO, J. C. et al. Qualidade, morfologia e avaliação de carcaças. Pelotas: Universidade Federal de Pelotas, 2002. 195p.

Osório, J. C. D. S., Osório, M. T. M., Fernandes, A. R. M., Seno, L. D. O., Ricardo, H. D. A., Rossini, F. C., & Orrico Junior, M. A. P. (2012). Critérios para abate do animal e a qualidade da carne. *Agrarian*, 5(18), 433-443.

PEREIRA NETO, Otaviano. (org) Práticas em Ovinocultura: ferramentas para o sucesso, Porto Alegre: SENAR – RS, 2004.

PINSONNEAULT, A e KRAEMER, K. L. Survey reseearch in man-agement information systems: na assesement. Journal of Management Information System, 1993.

PORTO, R. G. Consumidor final de carnes: características e hábitos em Pelotas-RS. 2005. Disponível em: Acesso: 25/08/2012

RONDÓ JR, Wilson. Sinal verde para a carne vermelha: uma nova luz sobre a alimentação saudável. São Paulo: Gaia, 2011

SAÑUDO, C.; CAMPO, M.M.; SIERRA, I. et al. Breed effect on carcasses and meat quality of suckling lambs. Meat Science, v.46, n.4, p.357-365, 1997.

SELAIVE-VILLARROEL, A.B.; OSÓRIO, J.C.S. Produção de Ovinos no Brasil – 1.ed. – São Paulo:Roca, 656p., 2014.

SILVA, C. A. B. et al. Estudo sobre a eficiência econômica e competitividade da cadeia agroindustrial da pecuária de corte no Brasil. Brasília: IEL, 1999

SILVA SOBRINHO, A.G.; OSÓRIO, J. C. S. Aspectos quantitativos da produção de carne ovina. p. 1-68. Im: SILVA SOBRINHO et al., 2008 Produção da carne ovina. 1. Ed. Jaboticabal:Funep. p. 228

SORIO, A. Carne Ovina: Perspectivas para 2012-2020, Revista o Berro, Editora Tropical, Uberaba – MG, n.153, Março, 2012.

Sorio, A., Fagundes, M. B. B., & Leite, L. R. C. (2008). Oferta de carne ovina no varejo de Campo Grande (MS). Agrarian, 1(1), 145-156.

VIANA, J. G. A. Governança da cadeia produtiva da ovinocultura no Rio Grande do Sul: estudo de caso à luz dos custos de transação e produção. Santa Maria: UFSM, 2008. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural), Faculdade de Zootecnia, Universidade Federal de Santa Maria, 2008

## APÊNDICES

### APÊNDICE A:

#### QUESTIONÁRIO

##### 1. Você **CONSUME** carne ovina?

Sim  Não. Porquê? \_\_\_\_\_

**OBS:** Se responder **não**, passar direto para os dados do entrevistado.

##### 2. Qual a carne que **PREFERE**:

Aves  Bovina  Ovina  Suína  Peixes  Outros

##### 3. Qual a **FREQUÊNCIA** que consome **CARNE OVINA**?

01 x semana  02 x semana  03 x semana  01 x p/ mês  02 x p/ mês

Eventualmente

##### 4. Qual **OCASIÃO** que consome carne ovina?

Indiferente  Fins de semanas  Eventos familiares  Restaurantes

Eventos festivos

##### 5. Você tem conhecimento sobre a **QUALIDADE NUTRICIONAL** da carne ovina?

Sim  Não

##### 6. Assinale quais os **ATRIBUTOS** que você leva em consideração na **ESCOLHA** da carne ovina?(de 1 a 3 sendo 1, o mais importante):

Cor  Maciez  Textura  Odor  Valor  Embalagem  Nenhum

##### 7. Assinale o **CORTE** de carne ovina de sua **PREFERÊNCIA**.

Pernil  Paleta  Costela  Carré  Embutidos  Todos

Outro. Qual? \_\_\_\_\_

##### 8. Qual o tipo de **EMBALAGEM** de sua preferência.

Carne embalada  Carne embalada a vácuo  Carne fresca  Carne congelada

Tanto faz

##### 9. Assinale as **03** principais **DIFICULDADES** encontradas na **COMPRA DA CARNE ovina**.

Pouca variedade do produto  Falta de praticidade para preparo

Pouca divulgação do produto  Falta de padronização do produto

Preços elevados  Ausência do produto

Outro. Qual? \_\_\_\_\_

##### 10. Assinale as **03** principais **DIFICULDADES** encontradas na **ESCOLHA DO CORTE** de carne ovina.

Tamanho excessivo  Tamanho insuficiente  Cortes despadronizados

Gordura em excesso  Gordura insuficiente  Coloração indesejável

Outro. Qual? \_\_\_\_\_

##### 11. **ONDE** normalmente **COMPRA** carne de ovina:

Açougue  Butiques de carne  Supermercados

Outros

##### 12. **POR QUE** compra neste lugar?

Preço  Proximidade  Oferta constante do produto

Qualidade reconhecida  Outro. Qual? \_\_\_\_\_

**13. Você leva em consideração a PROCEDÊNCIA da carne ovina que consome?**

Sim  Não

**14. Você dá preferência por carne ovina INSPECIONADA?**

Sim  Não

**15. Você sabe o que é BEM-ESTAR animal?**

Sim  Não

**16. Na sua opinião, o BEM-ESTAR animal afeta a QUALIDADE DA CARNE?**

Sim  Não  Não sabe

**17. Quanto você estaria DISPOSTO a pagar a mais pelo quilograma (kg) da carne ovina (cordeiro) com QUALIDADE GARANTIDA?**

Menos que 5%  entre 5% – 10%  entre

10% – 15%  Mais que 15%

**CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO:**

**18. Sexo:**

Masculino  Feminino

**19. Idade:**

Menos de 20 anos  21-30 anos  31- 40 anos  41- 50 anos  Mais de 50

**20. Nível de instrução:**

1º Grau incompleto  1º Grau completo  2º Grau incompleto  2º Grau completo

Ens. Superior incompleto  Ens. Superior completo  Pós graduado

**21. Ocupação:**

Aposentado  Do lar  Estudante  Profissional liberal  Funcionário público

Funcionário privado  Produtor rural

**22. Quantas pessoas moram na sua casa?**

Até 02 pessoas  3 – 4 pessoas  5 – 6 pessoas  Mais que 07 pessoas

**23. Destes, todos consomem carne ovina?**

Sim  Não

**Local:** \_\_\_\_\_

**DATA:** \_\_\_\_\_



