



COINTER PDVAgro 2023

VIII CONGRESSO INTERNACIONAL DAS CIÊNCIAS AGRÁRIAS

Edição Presencial Recife (PE) | 29, 30 de nov a 1 de dez

ISSN: 2526-7701 | PREFIXO DOI: 10.31692/2526-7701

INFLUÊNCIA DA RENDA NO PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA NO RIO GRANDE DO NORTE

INFLUENCE OF INCOME ON THE PROFILE OF SHEEP MEAT CONSUMER IN RIO GRANDE DO NORTE

INFLUENCIA DE LOS INGRESOS EN EL PERFIL DEL CONSUMIDOR DE CARNE DE OVINO EN RIO GRANDE DO NORTE

Apresentação: Pôster

Suyanne Linhares de Oliveira¹; Maria Glenda da Costa Alencar²; Marília Alessandra de Souza Queiroz³; Thiago Luís Alves Campos de Araújo⁴; Patrícia de Oliveira Lima⁵

INTRODUÇÃO

A ovinocultura tem uma grande importância no setor da pecuária do Brasil, a criação de rebanhos ovinos se estende por todo território nacional, sendo fonte de renda e subsistência (Alves et al, 2014), tendo como principal nicho de mercado a produção de lã e de carne. A criação de rebanho ovinos é uma alternativa para pequenos e médios produtores, tendo em vista que é uma cultura que pode ser desenvolvida juntamente a outras culturas, como por exemplo a bovinocultura, (Viana et al, 2015). Todavia, o setor de produção de carne ovina não apresenta a mesma relevância na mesa do consumidor diariamente, como a carne bovina e de frango, podendo considerar que o preço também pode ser um dos fatores determinantes em sua aquisição e consumo, (Santos et al, 2019). Para Vianna et al (2013) os desafios no setor produtivo de carne ovina, também podem se dar devido a carência de oferta de produtos e nichos voltados para o consumo em massa. A forma como a renda influencia na aquisição de carnes, é um fenômeno que acaba englobando muitos fatores, sejam eles econômicos, sociais

¹ Zootecnia, Universidade Federal Rural do Semi-Árido, suyanneo320@gmail.com

² Zootecnia, Universidade Federal Rural do Semi-Árido, glendaalencar31@gmail.com

³ Zootecnia, Universidade Federal Rural do Semi-Árido, marilia2125@hotmail.com

⁴ Doutorado em Zootecnia, Universidade Federal Rural do Semi-Árido thiagotor4@hotmail.com

⁵ Doutorado em Zootecnia, Universidade Federal Rural do Semi-Árido, pattlima@ufersa.edu.br

ou até mesmo culturais. Desse modo, a relação entre o poder de compra e o consumo de carne ovina se destaca quando a renda é mais alta, pois, proporciona o acesso a cortes de qualidade, proporcionando ao consumidor a inclusão na sua alimentação da carne ovina com uma maior frequência. Em um estudo realizado por (Carvalho et al, 2003), os consumidores de carne de ovinos e caprinos, independentemente de ser um público de classe baixa ou alta, tendem a querer um alto nível de qualidade, que geralmente é expresso em embalagens. E a falta de produtos devidamente padronizados pode ser em decorrência da carne ser oriunda de rebanhos de qualidade inferior ou até mesmo de abates feitos clandestinamente. Diante deste contexto, o presente trabalho buscou traçar o perfil dos consumidores de carne ovina na região, utilizando como variável principal a renda.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Dentro da alimentação dos brasileiros, a cadeia produtiva de ovinos apresenta uma desestruturação comercial, isso se deve ao fato de haver pouca informação, acesso e oferta para a sua comercialização (Santos et al, 2019). Em uma pesquisa realizada pela EMBRAPA em 2018, 12% dos brasileiros, cerca de 25 milhões, afirmaram nunca ter consumido carne derivada de ovelhas, cordeiros e carneiros. Na mesa do brasileiro, é comum a presença de proteínas de origem animal, e dentro destas, se destacam principalmente o frango, carne bovina e suína, devido serem proteínas de custo econômico mais acessíveis e de uma facilidade maior de oferta nos mercados. O baixo consumo de carne ovina se deve ao fato que durante anos a comercialização foi feita de forma errada, animais de idade avançada eram abatidos e a carne apresentava uma baixa qualidade, essa imagem de carne de qualidade ruim, acarretou efeitos negativos sobre a proteína ovina (Constantino et al, 2018).

A carne ovina é uma fonte rica em proteínas de alto valor biológico com uma grande disponibilidade de aminoácidos essenciais e também rica em vitaminas lipossolúveis e hidrossolúveis. A comercialização é a parte final da cadeia de produção, é onde ocorre a venda e distribuição do produto para o mercado. Na intenção de comprar uma carne, os consumidores optam por um produto de qualidade que possa oferecer maciez, sabor e suculência, porém, a escolha por um determinado tipo de carne não se baseia apenas em avaliar seus aspectos de qualidade, mas também com aspectos culturais, psicológicos e afetivos, podendo também dizer que altos níveis de educação e renda estão associados com a preferência de carne de origem doméstica em comparação com a importada (Santos et al, 2019).

METODOLOGIA

O objetivo da pesquisa, consistiu em mapear o perfil dos consumidores de carne ovina da 23ª Festa do Bode no município de Mossoró-RN, no qual foi utilizado um questionário para coleta de dados. Este questionário contou com questões qualitativas (com base em caráter subjetivo, usando narrativas escritas ou faladas) e quantitativas (coleta de dados numéricos, onde são apontados preferências, comportamentos e outras ações de um determinado grupo ou sociedade). A coleta de dados se deu de forma presencial, com base em um questionário com 08 perguntas, coletou-se informações sobre o perfil dos consumidores tais como: gênero, idade, localização da residência, renda, frequência de consumo, local de compra da carne, modo de preparo, e o que influencia a escolha pela carne ovina, no total foram entrevistadas 331 pessoas. O questionário teve sua aplicação nos dias 10 a 13 de agosto de 2023, no qual as pessoas foram escolhidas de forma aleatória, de acordo com a disponibilidade de responder às questões e contribuir com a pesquisa. Após aplicação dos questionários, os dados obtidos foram organizados de acordo com as médias dos valores, e suas variáveis analisadas de acordo com o aparecimento das repostas e expressas em porcentagem com o auxílio do software Excell 2016.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com os dados obtidos dos entrevistados (Tabela 01), podemos dizer que 8,36% nunca consumiram carne ovina, enquanto 91,63% consomem ou já consumiram a proteína. Dentro da localidade das pessoas entrevistadas, notou-se que predominantemente a maioria residia em zona urbana, o que pode ocorrer devido ao evento ter sido realizado em um ambiente universitário e aberto para visitantes. Levando em consideração a distribuição da renda refletindo na faixa etária, observou-se que os jovens de faixa etária de 18-25 anos representam 52,40% da população que está na renda de até 2.000, isto pode estar relacionado com o fato que as pessoas com essa faixa etária geralmente são estudantes ou pessoas com trabalhos de faixa salarial mínima, e a medida que a renda aumenta, observa-se as faixas etárias de idade mais jovens vão diminuindo dando espaço para as de idade mais avançadas, o que reflete que pessoas mais velhas vão apresentando uma renda mais alta devido a ter uma estabilidade financeira melhor.



Tabela 01: Comparativos entre consumidores de carne ovina no Rio Grande do Norte de acordo com a renda

Perguntas	Até R\$2.000	De R\$2.000 até R\$5.000	Acima de R\$5.000
Gênero			
Feminino	52,70%	51,57%	26,22%
Masculino	47,29%	48,42%	73,77%
Faixa etária			
18-25	55,40%	33,68%	4,91%
26-35	14,18%	24,21%	26,22%
36-45	12,83%	23,15%	24,59%
46-55	9,45%	14,73%	18,03%
56 ou mais	8,10%	4,21%	26,22%
Localidade			
Zona urbana	65,54%	78,94%	80,32%
Zona rural	33,78%	18,94%	18,03%
Frequência de consumo			
Diariamente	8,78%	8,42%	3,27%
Semanalmente	19,59%	30,52%	31,14%
Mensalmente	22,97%	31,57%	32,78%
Raramente	38,51%	21,05%	26,22%
Nunca	10,13%	8,42%	6,55%
Onde é adquirido			
Açougue local	29%	29,47%	31,14%
Supermercado	32%	36,84%	34,42%
Feira	17%	12,63%	9,83%
Restaurante	1,35%	4,20%	4,91%
Loja online	1,35%	0	0
Outros	9,45%	9,47%	14,75%
Modo de preparo			
Cozido	50%	63,15%	57,37%
Assado	36,48%	27,36%	32,78%
Frito	4,05%	1,05%	3,27%
O que influencia na escolha			
Sabor	74%	78,94%	80,32%
Valor nutricional	2,70%	4,21%	9,83%
Preço	1,50%	7,36%	1,63%
Outros	0,67%	0%	1,63%

Fonte: própria (2023).

Outro importante ponto observado foi quanto ao local de compra da carne ovina, pode-se notar que nas três faixas salariais, a maior parte dos entrevistados afirmaram adquirir a carne provinda de supermercados, mas ainda assim podemos notar que outros locais de comércio também são relevantes na aquisição da carne, isso reflete como a cadeia de comercialização da carne é desestruturada, uma vez que a maioria das proteínas são geralmente adquiridas em supermercados, a carne ovina raramente é, isso se deve à falta de acesso e disponibilidade de produtos com cortes adequados e dentro de padrões necessários para sua comercialização, levando as pessoas a irem atrás de outros locais como feiras, açougues, entre outros.



e no que influencia na escolha pela carne, em todas as faixas a escolha pelo sabor foi o fator em destaque.

A renda pode influenciar na aquisição de carne ovina pelo consumidor de acordo com esta pesquisa, toda via, a desestruturação de comercialização contribui significativamente que mesmo pessoas com renda mais altas tenham dificuldade de encontrar este produto devido à falta de disponibilidade e oferta.

CONCLUSÕES

No grupo amostral estudado não houve diferenças significantes entre o perfil de consumidores na região em função de suas respectivas faixas de renda, logo, o poder aquisitivo do consumidor não é um determinante relevante para a aquisição da carne ovina, possivelmente porque outros fatores se mostraram mais determinantes na escolha, como onde a carne pode ser adquirida e o sabor.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. G. .; OSÓRIO, J. C. .; FERNANDES, A. R. .; RICARDO, H.; CUNHA, C. . PRODUÇÃO DE CARNE OVINA COM FOCO NO CONSUMIDOR . ENCICLOPEDIA BIOSFERA, [S. l.], v. 10, n. 18, 2014. Disponível em: <https://www.conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/2849>. Acesso em: 22 set. 2023.

CARVALHO, Rubênio Borges. Potencialidades dos mercados para os produtos derivados de caprinos e ovinos. In: **WORKSHOP SOBRE INTEGRAÇÃO DA CAPRINOVINOCULTURA COM A BOVINOCULTURA DE LEITE NA REGIÃO SUDESTE DO BRASIL, JUIZ DE FORA, MG.** 2003. p. 29-53.

CONSTANTINO, Camila *et al.* Comportamento de consumidores de carne de cordeiro na região norte do Paraná. **Pubvet: Medicina veterinária e Zootecnia**, [s. l], v. 12, n. 19, p. 1-7, jan. 2018. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/2f0d/61c1c6c80d279d36dee61670fd7c520f04a9.pdf>. Acesso em: 22 set. 2023.

SANTOS, Luthieli Lopes dos *et al.* FATORES QUE INFLUENCIAM NO CONSUMO DE CARNE OVINA. **Consumer Behavior Review: Revista comportamento do consumidor**, [s. l], v. 1, n. 3, p. 42-56, 14 maio 2019. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/d092/ba94d2e741c557e9b3c99375b410843beca2.pdf>. Acesso em: 21 set. 2023.



VIANA, J. G. A.; REVILLION, J. P. P.; SILVEIRA, V. C. P. Alternativa de estruturação da cadeia de valor da ovinocultura no Rio Grande do Sul. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, Taubaté, v. 9, n. 1, p. 187-210, 2013.

VIANA, João Garibaldi Almeida *et al.* Dinâmica das importações de carne ovina no Brasil: análise dos componentes temporais. *Semina: Ciências Agrárias*, Londrina, v. 36, n. 1, p. 1-12, 13 mar. 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4457/445744149036.pdf>. Acesso em: 26 set. 2023.



INSTITUTO INTERNACIONAL
**DESPERTANDO
VOCações**

