

ANÁLISE DE FATORES DE CONSUMO DE CARNE OVINA NO MUNICÍPIO DE BAGÉ-RS

LACERDA, R. S. R.¹, PELLEGRIN, A. C. R. S.², PELLEGRIN, L. G.³

¹ Instituto Federal Sul-Rio-Grandense (IFSUL) – Bagé – RS – Brasil –
rosilenelacerda.bg016@academico.ifsul.edu.br

² Instituto Federal Sul-Rio-Grandense (IFSUL) – Bagé – RS – Brasil – anapellegrin@ifsul.edu.br

³ Instituto Federal Sul-Rio-Grandense (IFSUL) – Bagé – RS – Brasil – luizpellegrin@ifsul.edu.br

RESUMO

Atualmente a ovinocultura passa por dificuldades, assim, compreender o perfil dos consumidores de carne ovina torna-se essencial para o desenvolvimento de estratégias comerciais e de marketing eficazes. O objetivo desta pesquisa é investigar e analisar preferências, experiências e fatores de consumo de carne ovina em Bagé-RS. Esta pesquisa se caracteriza como do tipo “survey”, a qual se baseia na aplicação de um questionário estruturado para obtenção de dados e informações. O formulário foi submetido de forma *on-line* e presencial, durante os meses de novembro de 2023 a fevereiro de 2024, sendo 399 participantes que responderam o questionário, encaminhando para diversos públicos. O principal fator que motivou o consumo de carne ovina é o sabor e o aroma (61,6%), o que reforça a apreciação local por estes caracteres sensoriais da carne ovina, bem como reflete a preferência dos consumidores gaúchos por alimentos com identidade regional forte. Pode-se observar que existe ainda percepção negativa por parte dos entrevistados, sendo um desafio a ser superado, já que mencionaram gosto e cheiro fortes, bem como a dureza da carne como fatores de insatisfação. Com relação ao consumo da carne de animais de diferentes categorias, 76,7% dos entrevistados afirmam preferir carne de animais mais jovens (cordeiro). Conclui-se que a carne de animais mais jovens é a preferida pelos consumidores, o sabor e o aroma característicos de espécie ovina são fatores importantes que levam ao consumo desta carne e que ainda existe um nicho de mercado a ser atingido devido a experiências não favoráveis de consumo da carne ovina.

Palavras-chave: consumidores, formulário, ovinocultura.

1 INTRODUÇÃO

O consumo de carne ovina tem apresentado um crescimento significativo em diversas regiões do Brasil, impulsionado por fatores como o aumento da conscientização sobre os benefícios nutricionais dessa proteína e a valorização da gastronomia regional.

No município de Bagé-RS, situado na região da Campanha Gaúcha, onde a ovinocultura por muito tempo foi muito valorizada, atualmente esta criação está enfraquecida. Assim, compreender o perfil dos consumidores torna-se essencial para o desenvolvimento de estratégias comerciais e de marketing eficazes.

O consumo de carne ovina está historicamente associado a costumes culturais (DELIZA al., 2019), muitas vezes, ligado a oportunidade dos eventos sociais, como churrascos em datas festivas, e principalmente festas de final de ano estão sempre ligadas à tradição deste consumo. Bagé-RS, em particular, é um município que se destaca por seu histórico de criação de ovinos, fator que impacta diretamente o perfil dos seus consumidores. Desta forma, este trabalho tem como objetivo investigar e analisar preferências, experiências e fatores de consumo de carne ovina no município de Bagé-RS.

2 METODOLOGIA (MATERIAL E MÉTODOS)

Esta pesquisa se caracteriza como do tipo “survey”, a qual se baseia na aplicação de um questionário estruturado para obtenção de dados e informações acerca de um determinado grupo de pessoas, representativas do público alvo, sendo um veículo excelente para o desenvolvimento de métodos úteis e, por extensão, de entendimento mais amplo (SILVA, 2013).

Foram aplicados questionários estruturados com perguntas objetivas, sendo 399 respostas para obtenção dos dados. O questionário foi submetido a diversos públicos, sendo o tamanho da amostra representativo de acordo com a população do município de Bagé-RS, conforme Survey Monkey (2020), onde tamanho de amostra aproxima-se de ter-se uma resposta exata, pois apresenta nível de confiança de 95% e aceitando-se um erro amostral de 5%.

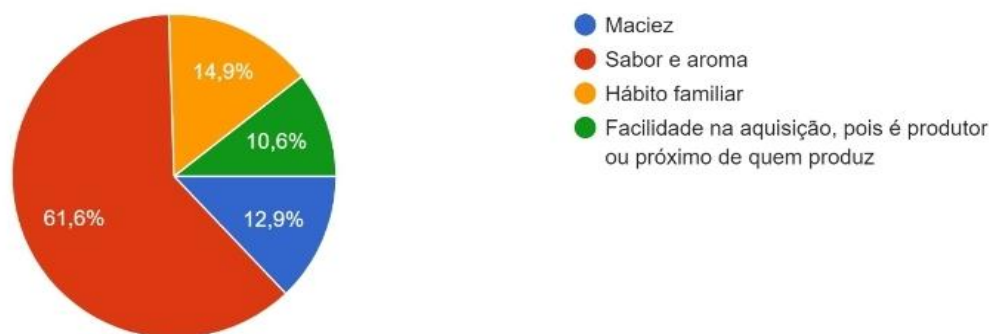
O formulário foi submetido de forma *on-line* e presencial em alguns eventos, durante os meses de novembro de 2023 a fevereiro de 2024. Todas as pessoas que responderam o questionário estavam cientes e de acordo. Após a coleta dos dados, estes foram tabulados, para posterior elaboração de gráficos, interpretação e discussão dos resultados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme pesquisa local, o principal fator que motiva o consumo de carne ovina é o sabor e o aroma (61,6%) (Figura 1.), este fato comprova a apreciação local

por estes caracteres sensoriais da carne ovina. Estas características refletem a preferência dos consumidores gaúchos por alimentos com identidade regional forte. Para muitos, a carne ovina está associada a um produto de alta qualidade, ligado à imagem do campo e à tradição gaúcha de churrasco. Os outros fatores que motivam o consumo desta carne seguem a seguinte ordem de acordo com a pesquisa: hábito familiar (14,9%), maciez (12,9%) e facilidade de aquisição (10,6%).

Figura 1. Principais fatores para consumo de carne ovina



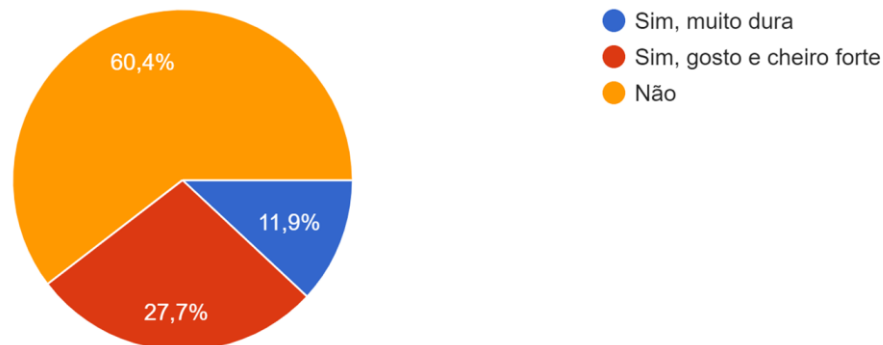
Fonte: próprio autor.

Então, outro aspecto relevante é o papel do hábito familiar no consumo de carne ovina. De acordo com a pesquisa local, 14,9% dos entrevistados indicaram o hábito familiar como um dos principais fatores que influenciam o consumo. Em Bagé-RS, onde a ovinocultura é historicamente significativa, esse fator cultural é um diferencial que favorece o consumo contínuo, criando um público fiel para esse tipo de carne. Os hábitos de compra e consumo de carne ovina no Brasil estão intimamente associados ao aspecto sociocultural das distintas regiões do país, implicando diretamente nos mecanismos de comercialização do produto e frequência de consumo deste tipo de carne (DELIZA et al., 2019).

Na Figura 2., pode-se observar que a percepção negativa sobre a carne ovina ainda é um desafio ainda a ser superado. Segundo a pesquisa realizada, 27,7% dos entrevistados mencionaram o gosto e o cheiro fortes como fatores de insatisfação, o que pode ser fator limitante para consumidores que não estão habituados a esse tipo de carne. Desta forma, uma grande parcela de consumidores teve experiências não favoráveis, ou pela carne possuir gosto e cheiro forte (27,7%) ou então por ser dura (11,9%). Sendo estes 39,6% de entrevistados um importante nicho de mercado para ser atingido visando proporcionar momentos positivos de consumo da carne ovina, bem como buscando desmistificar alguns preconceitos sobre esta carne.

Essas barreiras podem ser trabalhadas com estratégias de mercado que enfatizem a versatilidade da carne ovina e a sua adequação a diferentes preparações culinárias, visando atrair novos consumidores e ampliar o mercado.

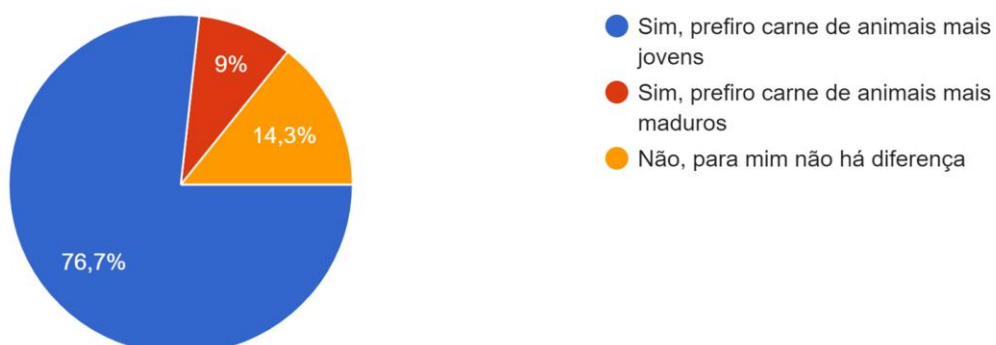
Figura 2. Observações de experiências negativas ou não do consumo de carne ovina



Fonte: próprio autor.

Quando perguntado sobre o consumo da carne de animais de diferentes categorias (Figura 3.), 76,7% dos entrevistados afirmam preferir carne de animais mais jovens (cordeiro). A carne de cordeiro possui maior aceitabilidade pelo consumidor, já que características sensoriais mais desejáveis pelos consumidores. A preferência por carne de animais jovens está também relacionada ao desejo por experiências gastronômicas mais sofisticadas, ligadas à percepção de carne ovina como um produto premium (RIBEIRO & CORÇÃO, 2013). Santos (2017) destaca ainda que alguns consumidores evitam consumir a carne ovina devido seu sabor e odor que ocorre mais forte em animais abatidos mais velhos, pela má apresentação do produto e pela baixa diversificação de cortes.

Figura 3. Afirmativas de diferenças ou não no consumo de carne ovina de acordo com a categoria animal (animais mais jovens ou mais maduros)



Fonte: próprio autor.

4 CONCLUSÃO

Conclui-se que, de acordo com a realidade dos moradores do município de Bagé-RS, a carne de animais mais jovens é a preferida pelos consumidores, o sabor e o aroma característicos de espécie ovina são fatores importantes que levam ao consumo desta carne. Contudo ainda existe um nicho de mercado a ser atingido devido a experiências não favoráveis de consumo da carne ovina.

Desta forma, desmistificar alguns preconceitos contribui para o aumento de consumo desta carne, melhora a conexão dos elos da cadeia produtiva, especialmente em um município com tantos aspectos de tradição e cultura relacionados a ovinocultura.

AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Federal Sul-rio-grandense pelo fornecimento de bolsa de iniciação científica para o desenvolvimento desta pesquisa (EDITAL PROPESP 10-2023 - BOLSAS - INICIAÇÃO CIENTÍFICA NAS AÇÕES AFIRMATIVAS).

REFERÊNCIAS

DELIZA, Rosires; ANDRADE, Juliana Cunha de; SOBRA, Louise Aguiar; BARCELLOS, Maria Dutra de; ARES, Gastón; NALÉRIO, Élen Silveira. **Avaliação dos Hábitos de Compra do Consumidor Brasileiro e Consumo de Carne Ovina**. Embrapa Agroindústria de Alimentos, p. 29, 2019.

RIBEIRO, Cilene da Silva Gomes; CORÇÃO, Mariana. **Consumo de carne no Brasil: entre valores socioculturais e nutricionais**. Demetra: Alimentação, nutrição e Brasil, p. 1, 2013.

SANTOS, Aurelicassia Ribeiro dos. **O mercado de carnes de caprinos e ovinos na região de São Raimundo Nonato, por uma visão gastronômica**. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, Campus São Raimundo Nonato, Tecnologia em Gastronomia, 2017.

SILVA, Rosana Kelly Pedro. **Método de Pesquisa Survey**. São Paulo: Cortez, 2013.

SURVEY MONKEY. **Calculadora de tamanho de amostra**. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>>. Acesso em: 30 de julho de 2023.