

## ANALISE EXPLORATÓRIA DO PERFIL SOCIOECONÔMICO DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA

SABRINA KOMMLING<sup>1</sup>; RENATA ESPÍNDOLA DE MORAES<sup>2</sup>, ISABEL LENZ FONSECA<sup>3</sup>, ROBERTA FARIAS<sup>4</sup>, VICTORIA DE LIMA BORGES<sup>5</sup>; ISABELLA DIAS BARBOSA SILVEIRA<sup>6</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas - sabrina14k@hotmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – renataespindolademoraes@hotmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas - bel\_lenz\_fonseca@hotmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas - robertafariaszoo@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas - victoria.zootecnia@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas - barbosa-isabella@hotmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

A produção ovina no Brasil vem demonstrando uma crescente expansão, visando, principalmente, atender a demanda do mercado por proteína animal (ARGENTA, 2013). PINHEIRO *et al.*, (2009), destaca que o grande desafio da ovinocultura é a produção de carnes com alto padrão de qualidade, sendo necessário entender primeiramente o que produzir e para quem produzir.

Para KOSTER (2009), é necessário entender o perfil do consumidor, buscando compreender como as pessoas pesquisam e consomem produtos e serviços, identificando quais os fatores que levam a escolha do produto.

O conhecimento do perfil e comportamento do consumidor em relação a carne ovina é um fator essencial para o desenvolvimento da ovinocultura, uma vez que essas pessoas são potenciais consumidores, determinando nichos de mercado (CONSTANTINO *et al.*, 2018). ARGENTA *et al.*, (2013), destacam que faz-se necessário uma pesquisa de opinião com consumidores, visando entender melhor o perfil dos clientes, para que a oferta do produto atenda os mais diversos nichos de mercado, estimulando assim produtores a entender o padrão de qualidade que o consumidor está buscando.

Deste modo esta pesquisa visa compreender o perfil do consumidor de carne ovina, buscando encontrar estratégias que estimulem o consumo desse produto.

### 2. METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada no parque de exposições Assis Brasil em Esteio-RS, durante a 41º expointer, por meio da aplicação de questionário previamente formulado, sendo entrevistados 119 consumidores de carne ovina.

As perguntas que englobam o material de coleta de dados estão relacionadas a variáveis socioeconômicas bem como a frequência no consumo de carne ovina.

Para a análise dos resultados, utilizou-se a estatística descritiva, a fim de verificar a frequência das respostas obtidas, utilizando o software Microsoft Excel (2013).

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com os resultados obtidos, pode-se observar que há um maior número de consumidores do sexo masculino (56,8%), ainda assim destaca-se que 58,5% dos entrevistados possuem ensino superior completo e renda de 4 a 6 salários mínimos (37,3%) e de faixa etária entre 29 a 39 anos (31,4%) (tabela 1).

Corroborando com resultados obtidos por Mercio (2013) que ao analisar o comportamento do consumidor de carne ovina na cidade de Porto Alegre-RS verificou que há um maior público de consumidores do sexo masculino, além disso, indivíduos com maior renda 54% e ensino superior completo 60%, possuem uma maior tendência no consumo deste produto.

Segundo Constantino (2018) conforme se eleva o nível de escolaridade e faixa salarial, aumenta-se o número de consumidores de carne ovina. OLLETA e SAÑUDO (2009) destacam que há uma maior tendência no consumo deste produto por pessoas economicamente ativas, devido à carne ovina ser considerada um produto de luxo, sendo consumida por pessoas com rendas mais elevadas.

Tabela 1-Dados sobre o perfil socioeconômico dos consumidores de carne ovina.

Itens	Percentual %
<b>Gênero</b>	
Feminino	43,2
Masculino	56,8
<b>Idade</b>	
18 a 28	28,0
29 a 39	31,4
40 a 50	20,3
51 a 61	17,8
Acima de 61	2,5
<b>Escolaridade</b>	
Fundamental completo	4,2
Médio completo	21,2
Superior completo	58,5
Superior incompleto	16,1
<b>Renda</b>	
1 a 2,5 salários	12,7
2,5 a 4 salários	22,9
4 a 6 salários	37,3
mais de 6 salários	27,1

Em relação à frequência de consumo carne ovina (figura 1), observa-se que (40%) dos entrevistados consome carne ovina pelo menos uma vez ao mês. Resultado diferente ao encontrado por ZAMBERLAM *et al.*, (2008), que ao analisar as atitudes dos consumidores constatou que o maior consumo de carne ovina se dá em datas especiais. Semelhante a resultados obtidos FIRETTI *et al.*, (2011), que ao estudar o consumidor de carne ovina na cidade de São Paulo,

observou que 40.2% dos entrevistados consumiam carne ovina entre 1 a 2 vezes ao ano.

A disparidade dos resultados encontrados em relação aos demais pode ter ocorrido, devido a coleta de dados ter sido realizada na maior feira agropecuária do estado do Rio Grande do Sul, o que leva uma maior abrangência de pessoas ligadas ao meio rural, e que já possuem hábito de consumo da carne ovina.

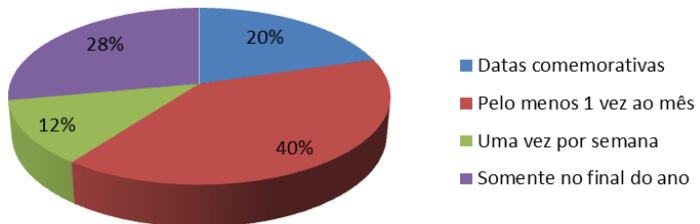


Figura 1- Frequência de consumo da carne ovina.

#### 4. CONCLUSÕES

A carne ovina está mais frequente na mesa do consumidor, porém o consumo desse produto ainda é restrito a pessoas com poder aquisitivo mais elevado.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARGENTA, C.; RAMOS, T.J.F.; GOULARTE, J.F.F. A inovação como estratégia de produção e comercialização de carnes de ovinos: um estudo de caso na empresa divisa comércio de carnes Ltda. In: XXXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Salvador, 2013. Anais... Salvador, ENEP, 2013, p.1-14

Constantino, C., Koritiaki, N. A., Junior, F. F., de Azambuja Ribeiro, E. L., Mangilli, L. G., Grandis, F. A. & de Freitas Pena, A. 2018. Comportamento de consumidores de carne de cordeiro na região norte do Paraná. *PUBVET*, 12, 139.

Firetti, R. Ribeiro da Costa, L. P. Moreira, A. L. Carrer, C. C. Ribeiro, M. M. D. L. O. Aspectos mercadológicos da carne ovina no município de presidente prudente, estado de são paulo. *Informações Econômicas*, SP, v. 41, n. 3, mar. 2011.

KÖSTER, E. P. Diversity in the determinants of food choice. A psychological perspective. *Food Quality and Preference*, v. 20, p. 70-82, 2009.

MERCIO, Thomaz Zara. Comportamento do consumidor de carne ovina e sua percepção de qualidade por meio de pistas e atributos. 2013. 61 f. Dissertação (pós-graduação em agronegócios). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre 2013.

Olleta, J., Sañudo, C. (2009). La carne ovina. In. C Sañudo, & R Vriz (Eds). Ovinotecnia: producción y economía en la especie ovina. Zaragoza: PAZ.

PINHEIRO, R. S. B.; SILVA SOBRINHO, A. G.; SOUZA, H. B. A.; YAMAMOTO, S. M. Qualidade de carnes provenientes de cortes da carcaça de cordeiros e de ovinos adultos. Revista Brasileira de Zootecnia, v. 38, n. 9, p. 1790-1796, 2009.

Zamberlan, L., Sparemberger, A., Büttnerbender, P. L., Wagner, A., & Zamin, M. (2008). As atitudes do consumidor de carne: um estudo exploratório das percepções e o papel da cultura no consumo. XXXII Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro/RJ.