



CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMO DA CARNE OVINA NA ZONA URBANA DO MUNICÍPIO DE SÃO LUÍS, MA

Tulio Vandeilton de Oliveira Albuquerque¹, Diego de Sousa Cunha², Stefane de Sousa Cunha³, Ana Clara Pinheiro Leite¹, Raquel da Silva Lima², Juliete Amanda Theodora de Almeida², Claudenilde de Jesus Pinheiro², Luis Henrique Pimentel de Araújo¹

¹Acadêmico de Zootecnia – UFRPER/UAG;

²Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Ciência Animal e Pastagens – PPGCAP/UFRPE/UAG;

³Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Ciência Animal Tropical – PPGCAT/UFT.

RESUMO – O trabalho teve como objetivo realizar a caracterização do consumo de carne ovina na zona urbana do município de São Luís- MA. Para a realização deste trabalho foram entrevistadas 150 pessoas no período de junho a agosto de 2018, distribuídas nos principais bairros do município de São Luís. Os participantes da pesquisa, foram questionados sobre: sexo, idade, renda, escolaridade, preferência de consumo de carne, consumo de carne ovina e informação sobre a composição da mesma e também sobre propaganda de venda da carne, fator determinante na escolha, frequência do consumo e conhecimento da origem da carne. Em relação aos participantes da pesquisa, 81 eram do sexo masculino e 69 do feminino. Quando indagados se haveria propaganda sobre a venda de carne ovina no município, apenas 1% respondeu já ter visto alguma forma de propaganda. O consumo de carne ovina no município é muito pequeno, com isso, a comercialização da carne, por muitas vezes, torna-se inviável.

PALAVRAS-CHAVE: comercialização, pequenos ruminantes, qualidade

ABSTRACT – The objective of this work was to characterize sheep meat consumption in the urban area of the city of. For the accomplishment of this work, 150 people were interviewed in the period from June to August of 2018, distributed in the main districts of the municipality of São Luís. The research participants were asked about sex, age, income, schooling, meat consumption preference, sheep meat consumption and information on the composition of the meat, as well as on meat advertising, determinant factor in the choice, frequency of consumption and knowledge of the origin of the meat. When asked if there would be propaganda about the sale of sheep meat in the municipality, only 1% replied they have already seen some form of advertising. The consumption of sheep meat in the municipality is very small, with this, the commercialization of meat, for many times, becomes impracticable.

KEYWORDS: commercialization, small ruminants, quality

INTRODUÇÃO

A produção de carne ovina foi de aproximadamente 13,7 milhões de toneladas em 2010, e deve alcançar 23 milhões em 2020, dentre os países produtores. Parte desta é destinada ao mercado externo, e todos os produtos gerados pela ovinocultura representam um fluxo anual de cerca de US\$11 bilhões (Alves et al., 2014). O Brasil destaca-se entre os 20 maiores produtores mundiais de ovinos, tendo uma participação de 1,6% de todo rebanho mundial, segundo dados do IBGE, oriundos da Pesquisa Pecuária Municipal de 2017. Entretanto, há entraves para a comercialização de ovinos, dentre os quais se destacam: a sazonalidade da produção, a inexistência de um mercado constante, a exigência de regularidade na oferta, a necessidade de escala para comercialização e a busca por animais jovens por parte dos frigoríficos (Sorio, 2013). O desconhecimento do comportamento do mercado dificulta o planejamento dos

produtores rurais quanto à escala de produção e características do produto necessárias para atender à demanda. Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi realizar a caracterização sobre o consumo de carne ovina na zona urbana do município de São Luís- MA.

MATERIAL E MÉTODOS

Para a realização deste trabalho foram entrevistadas 150 pessoas no período de junho a agosto de 2018, distribuídas nos principais bairros do município de São Luís, sendo eles: Centro, COHAB, Cidade Operária, COHATRAC, Renascença e São Francisco. Os participantes que aceitaram participar da pesquisa assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Para a caracterização do consumo da carne ovina foi utilizado um questionário de questões fechadas distribuídas em: aspecto social e aspectos econômicos. Em relação aqueles os participantes da pesquisa foram questionados sobre: sexo, idade, renda, escolaridade, preferência de consumo de carne, consumo de carne ovina e informação sobre a composição da mesma. Já para estes questionou-se sobre: propaganda de venda da carne, fator determinante na escolha, frequência do consumo e conhecimento da origem da carne. Ao final das entrevistas os dados foram tabulados e analisados com estatística descritiva simples no programa Microsoft Office Excel 2010.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação aos participantes da pesquisa, 81 eram do sexo masculino e 69 do feminino, com idade entre 17 a 55 anos, divididos em 30% de classe baixa e 68% pertencente a média, com uma renda 19% abaixo de um salário mínimo, 54% acima de um salário e 27% acima de dois salários. Em relação a escolaridade, 9% possuíam fundamental incompleto, 17% fundamental completo, 35% ensino médio e 39% superior. Com os dados apresentados percebe-se que a maioria dos entrevistados eram de classe média com renda acima de um salário mínimo e com ensino superior completo.

Quando questionados sobre a preferência do consumo de carne, as seguintes respostas foram obtidas, 53% bovinos, 13% suínos, 15% frangos, 9% peixes e 10% ovina, contudo dentre todos os entrevistados 48% deles consomem carne de ovinos. Já em relação a composição da carne ovina 3% afirmaram conhecer a composição nutricional e 97% não. A maioria das pessoas tem preferência por carne bovina seguida de carne de frangos e apenas 10% preferem carne de suínos, esses dados comprovam que o consumo no município é bem pequeno e isso pode estar relacionado com a ausência de um abatedouro de ovinos e caprinos no município. Mesmo assim, dentro todos os entrevistados apenas 24% não consomem carne ovina em nenhuma ocasião. Quando indagados se haveria propaganda sobre a venda de carne ovina no município, apenas 1% respondeu já ter visto alguma forma de propaganda. Firetti et al. (2011) identificaram em Presidente Prudente, Estado de São Paulo, como principais aspectos negativos da oferta da carne ovina citados pelos consumidores: baixa disponibilidade do produto no mercado e altos preços.

Na sequência questionou-se sobre qual o fator que determinava na escolha da carne durante a compra, para isso 24% assinalaram ser o sabor, 29% preço, 36% aparência e 11% preferência. A aparência é um fator de extrema importância para o consumo de qualquer tipo de carne, visto que a maioria afirmou que ela é determinante na escolha, tornando assim a qualidade e higiene da carne um ponto principal para a comercialização, percebe-se assim que os consumidores avaliam bem a carne antes da compra.

Sobre a frequência de consumo os participantes afirmaram o seguinte: 78% nunca consumiam, 5% a cada 15 dias, 14% aos fins de semana, 5% uma vez por mês, 75% raramente e 2% uma vez por semana.

CONCLUSÕES

O consumo de carne ovina no município é muito pequeno, com isso, a comercialização da carne torna-se inviável, principalmente quando se refere a um abatedouro em grande escala. É necessário um programa de desenvolvimento da cadeia produtiva, assim como a divulgação das qualidades da carne para que assim haja uma maior procura e aceitação pelos consumidores.

LITERATURA CITADA

ALVES, L. G. C. et al. Produção de carne ovina com foco no consumidor. **Enciclopédia Biosfera**, Goiânia, v. 10, n. 18, p. 2399- 2415, 2014.

FIRETTI, R.; ALBERTI, A. L. L.; ZUNDT, M. Comercialização de carne ovina em cidades do interior do estado de São Paulo. **Synergismus scyentifica**, São Paulo, v. 10, n. 2, 2013.

SORIO, A. A carne ovina e o abate clandestino: a informalidade tem jeito? **Revista Cabra e Ovelha**, São Paulo, n. 78, 2013.