

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
DEPARTAMENTO DE ZOOTECNIA

**CARACTERISTICAS DO CONSUMO DE CARNE OVINA NO
MUNICÍPIO DE PONTES E LACERDA-MT**

Autora: Ana Caroline de Pazos Tabosa
Orientadora: Prof(a). Ma. Dilma Alves da Silva

"Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Zootecnia, apresentado ao Departamento de Zootecnia da Universidade do Estado de Mato Grosso Campus Universitário de Pontes e Lacerda, como parte das exigências para obtenção do título de BACHAREL EM ZOOTECNIA".

PONTES E LACERDA
JULHO/2013

ANA CAROLINE DE PAZOS TABOSA

**CARACTERÍSTICAS DO CONSUMO DE CARNE OVINA NO
MUNICÍPIO DE PONTES E LACERDA-MT**

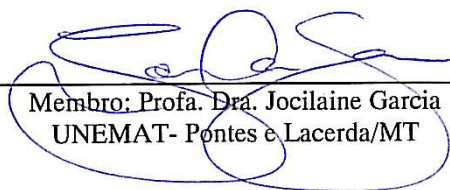
“Trabalho de Conclusão de Curso apresentado junto a Coordenação do Curso de Graduação em Zootecnia, da Universidade do Estado de Mato Grosso, *Campus* Universitário de Pontes e Lacerda, como parte das exigências para obtenção do título de Bacharel em Zootecnia”.

Aprovado em: 03 de julho de 2013

COMISSÃO EXAMINADORA:



Orientadora: Profa. Ma. ~~Dilma~~ Alves da Silva
UNEMAT- Pontes e Lacerda/MT



Membro: Profa. Dra. Jocilaine Garcia
UNEMAT- Pontes e Lacerda/MT



Membro: Zootecnista Noêmia A. de Almeida Paiva
UNEMAT- Pontes e Lacerda/MT

A minha família que sempre esteve ao meu lado;

À minha mãe Áurea de Pazos;

Aos meus irmãos Aline, Jaqueline e Danilo;

De coração, dedico-lhes.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por ter me dado à vida com uma força enorme para concluir todas as etapas.

À minha mãe por ter sido mãe e pai, ter lutado a cada dia para me dar o melhor e ver a conclusão do meu curso. Ter tirado força de onde não tinha para não me deixar desistir.

Ao meu pai Valter (em memória) que mesmo ausente me deu forças para prosseguir e realizar esse sonho que o senhor tinha. Cada dia triste ou querendo desistir olhava para o céu, aquela estrela que mais brilhava me lembrando sempre que tinha-o pertinho de mim.

A toda minha família, irmãos, cunhados, tias, tios, primos, avós por sempre terem me apoiado e me ajudado no necessário.

À Universidade do estado de Mato Grosso, por ter possibilitado a realização deste curso e deste trabalho.

A Prof.^a Dilma Alves da Silva por ter participado da minha formação acadêmica, ter orientado e me auxiliado no desenvolvimento do meu conhecimento. E principalmente pela paciência, dedicação e amizade durante o período de realização deste trabalho.

Ao Departamento de Zootecnia e aos professores do Curso de Zootecnia pelos valiosos ensinamentos, pelas horas de paciência e dedicação durante todo o curso.

A professora Tatiane Botini por ter me apoiado nos problemas de saúde, se não fosse à senhora teria desistido e não estaria concluindo esse curso.

Ao meu noivo Adriano Cantarelli por ter me ajudado, apoiado e sempre me aturar, mesmo quando estou irritada.

A minha amiga Debora Mazutti por ter me ajudado muito na realização deste trabalho e aos amigos Mariane Batista, Silvany, Mariela, Wend, Jaqueline, Geisa, Thiago e outros por compartilharem tanto o trabalho quanto o lazer.

*“Nós seres humanos, estamos na natureza para auxiliar o progresso dos animais,
na mesma proporção que os anjos estão para nos auxiliar.
Portanto quem chuta ou maltrata um animal
é um homem que não aprendeu a amar”*

(Chico Xavier)

RESUMO

O objetivo ao realizar este trabalho foi caracterizar o consumo da carne de ovinos na cidade de Pontes e Lacerda, sudoeste do MT, identificando assim o perfil dos consumidores, quais os hábitos e locais de compra dos mesmos, buscando melhores alternativas para aumentar o consumo. A pesquisa foi realizada com 55 entrevistados por meio de questionário contendo 18 perguntas, a mesma foi realizada nos principais supermercados da cidade de forma aleatória. Os resultados da pesquisa foram subdivididos em: perfil dos entrevistados e caracterização de consumo da carne ovina, entre outras variáveis. Dentre os entrevistados 58,18% eram do sexo feminino e 41,82% do sexo masculino, os mesmos foram indagados sobre o consumo de carne ovina em que 73% consomem esse tipo de carne e 27% não consomem. A pesquisa informou que a maior parte dessa carne não é comprada em supermercados e açougues, sendo feita a compra de forma irregular dos próprios produtores, informando assim a falta de comercialização em supermercados e açougues.

Palavras-Chave: Consumidor. Comercialização. Supermercados.

ABSTRACT

The goal to make this work was to characterize the consumption of sheep meat in the town of Pontes e Lacerda, southwestern MT, thus identifying the profile of consumers, which the habits and locations to purchase the same, seeking better alternatives to increase consumption. The survey was conducted with 55 respondents using a questionnaire containing 18 questions, it was held in the main supermarkets in town randomly. The survey results were divided into: profile of respondents and characterization of consumption of sheep meat, among other variables. . Among the respondents 58.18% were female and 41.82% male, they were asked about their consumption of sheep meat in which 73% consume such meat and 27% did not consume. The survey reported that most of the meat is not purchased in supermarkets and butchers, the purchase being made illegally by their producers, thus informing the lack of marketing in supermarkets and butchers ..

Keywords: Consumer. Marketing. Supermarkets.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	10
2.1 Produção de ovinos no Brasil	12
2.2 Importância Socioeconômica da Ovinocultura.....	13
2.3 Perspectivas da ovinocultura no Centro-Oeste	14
2.4 Ovinocultura de corte.....	15
2.4.1 Substituição da lã pela carne	15
2.4.2 Mercado consumidor pede por qualidade de carne	16
2.5 Abate e comercialização de ovinos no Brasil	16
2.6 Mercado consumidor.....	18
2.7 Marketing	19
2.7.1 Produto	20
2.7.2 Preço	20
2.7.3 Praça	20
2.7.4 Promoção	20
3 MATERIAL E MÉTODOS	22
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	24
4.1 Perfil dos consumidores	24
4.2 Caracterização do consumo dos entrevistados	26
4.2.1 Consumo da carne ovina no Município de Pontes e Lacerda.....	26
4.2.2 Tipos de carne preferida pelo consumidores	26
4.2.3 Local de compra e frequência de consumo	27
4.2.4 Principais ocasiões de consumo	28
5 CONCLUSÕES.....	30
REFERÊNCIAS	31
APÊNDICE A – Questionário aplicado aos consumidores.....	37

1 INTRODUÇÃO

A ovinocultura é uma atividade que vem aumentando diariamente em todo o Brasil, porém ainda assim, é pouco estudada e apreciada pela população. O Brasil possui um grande número de rebanho de cordeiros, mas mesmo assim é pouco para abastecer a necessidade da população, isso porque a maioria dos criadores faz o abate informalmente, fazendo com que o seu rebanho não seja contabilizado pelos órgãos competentes.

O abate irregular faz com que a população diminua o consumo, devido à má apresentação da carne e a falta de divulgação nos mercados e açougues. Na maioria das vezes os abatedores não tomam nenhum cuidado com medidas de higiene, o que afeta a qualidade da carne, no aspecto físico e organoléptico.

Os ovinos têm uma grande importância nas regiões tropicais, contribuindo abundantemente para a oferta de alimentos, para o aumento de emprego rural e produtos de uso doméstico o que eleva o seu valor econômico (GONZAGA NETO et al., 2006) Porém, a maior parte da carne ovina comercializada nos grandes centros urbanos não apresenta rótulos com dados de procedência, como sexo, idade do animal, e assim o consumidor pode adquirir produtos de diversas qualidades (PINHEIRO et al., 2007).

No estado de Mato Grosso o consumo de carne de cordeiro vem aumentando gradativamente, e com isso aumenta também a responsabilidade do governo em fomentar essa atividade. Segundo Santhanna (2010), o Programa de Desenvolvimento Regional, (MT Regional), prevê um aumento significativo no consumo dessa carne no estado, para o coordenador do programa, o zootecnista Paulo de Tarso confirmou que o consumo teve um aumento de mais de 27% em 2010, dizendo assim que a carne de cordeiro “caiu no gosto popular”. Para aumentar o consumo dessa carne, o programa busca parceria com cooperativas municipais a fim de elevar a criação e também o consumo, incentivando até mesmo o uso dessa carne nas merendas escolares.

A carne de cordeiro tem um sabor marcante, além de macia e saborosa é também considerada suculenta, com um odor característico e ligeiramente perfumada, porém não é forte, sendo muito apreciada pelo gosto popular com várias formas de consumo.

Assim como o consumo da carne de cordeiro tem aumentado no Mato Grosso inteiro, na região do Vale do Guaporé não é diferente, por ser um produto muito apreciado pelo gosto popular. Porém, na maioria das vezes é adquirido de forma irregular, se tornando menos vantajoso para o consumidor, pois, não se sabe ao certo a qualidade e a higiene no

processamento do mesmo, como também para o produtor que poderia obter uma produtividade maior estabelecendo assim, o reconhecimento da sua criação.

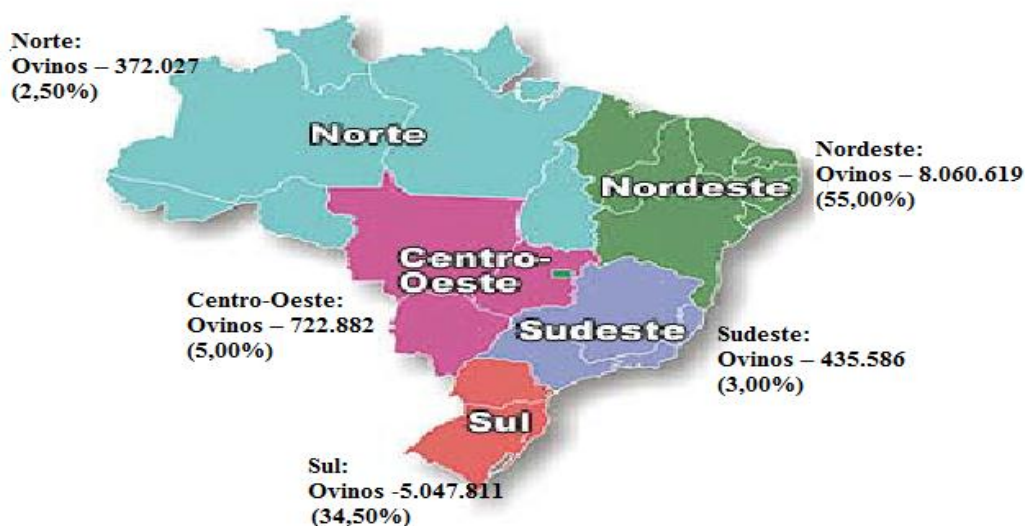
Os pequenos produtores da região usam a criação de ovinos como uma segunda alternativa, por ter um custo de investimento barata e por não exigir um espaço específico, sendo criados a pasto junto com as outras criações. Para os produtores é um recurso rentável, pois os animais têm um baixo custo e uma boa venda para a população, que quando tem interesse em degustar uma carne de cordeiro procura esses pequenos produtores ao invés de mercados e açougues.

Objetivou-se neste trabalho caracterizar o consumo da carne de ovinos no município de Pontes e Lacerda, sudoeste de MT, identificando assim o perfil dos consumidores, quais os hábitos e locais de compra dos mesmos, tentando identificar os entraves relacionados ao elo final da cadeia produtiva da ovinocultura, que é o consumidor.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Segundo dados apresentados no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (BRASIL, 2001) o rebanho Brasileiro de ovinos gira em torno de 14,6 milhões de cabeças, sendo a região do Nordeste a maior produtora com 55% da produção, seguida das regiões do Sul, Centro-Oeste, Sudeste e Norte, com respectivamente 34,50%, 5,00%, 3,00% e 2,50% como demonstra a Figura 1.

Figura 1 – Distribuição geográfica do rebanho ovino.



Fonte: Brasil (2001)

Em 2001 o Brasil possuía um rebanho de 14,6 mil cabeças de ovinos, e comparando com a evolução em 2009 o rebanho teve um acréscimo significativo em alguns estados, permanecendo assim com um crescimento para 16,8 mil cabeças. (Tabela 1) Ficando o Nordeste com um rebanho de 56,9%, o Norte com 3,26%, o Centro-Oeste aumentou para 6,71%, o Sudeste para 4,53% e somente a região Sul teve uma diminuição para 28,6%.

De acordo com Vieira Filho (2009), o Brasil possui diferenciais nos rebanhos capazes de torná-lo autossuficiente na produção da carne ovina, entre eles destacam-se o clima e a extensão territorial. Então para que ocorra esse aumento da produção e para se tornar eficiente é preciso ter aplicações técnicas de manejo visando produtividade e qualidade, se forem atendidas, o país não só terá condições de abastecer o mercado interno como também competir com grandes mercados externos (TATIT; SILVA, 2011).

Tabela 1: Comparação do rebanho da Ovinocultura no Brasil entre 2001 a 2009

Região	Rebanho 2001 (%)	Rebanho 2009 (%)
Nordeste	55,00	56,9
Sul	34,50	28,6
Centro-Oeste	5,00	6,71
Sudeste	3,00	4,53
Norte	2,50	3,26

Fonte: Adaptado de ANUALPEC 2011

A ovinocultura teve início nos anos 80 no estado do Rio Grande do Sul tendo como principal atividade a produção de lã, que por muitos anos foi um negócio rentável para os produtores, entretanto, a lã passou por um período de desvalorização, afetando assim a viabilidade econômica da atividade e provocando uma diminuição do rebanho no Estado (SILVEIRA, 2007).

O ovino é uma espécie animal alternativa a disposição do pequeno, médio ou grande produtor, uma vez apta a se adaptar a diferentes sistemas de criação, desde os mais tecnificados e com boa pastagem até as condições adversas de meio ambiente, como solos pobres, rasos e climas muito quentes (SIQUEIRA, 2001).

A rusticidade e a adaptabilidade dos ovinos a diferentes climas permitiram a dispersão de sua criação em várias regiões. A existência de raças deslanadas, como a Santa Inês, voltadas para a produção de carne, facilitaram esse desenvolvimento. Essa produção é caracterizada normalmente pela baixa tecnologia, e a criação na maioria das vezes é restrita a pequenos e médios produtores (ALENCAR; ROSA, 2006).

A ovinocultura brasileira está em um grande momento comercial com o aumento do consumo e a valorização do preço da carne, isso ocorre devido ao decréscimo do rebanho mundial principalmente nos países que abasteciam o mercado internacional. O consumo doméstico por sua vez teve um acréscimo ampliando a demanda por carne de cordeiro, fazendo com que o Uruguai que era o principal fornecedor para o Brasil buscasse compradores mais remunerados como a Europa tornando o preço interno mais elevado (POLL et al., 2001)

Conforme Martins (2006), os ovinos usados para carne surgiram para dar uma alternativa maior e mais viável, para o produtor, proporcionando um desenvolvimento da ovinocultura em várias regiões brasileiras, locais esses onde a criação dos mesmos não tinha expressão econômica significativa.

A produção de carne ovina elevou 6,5% entre 2003 a 2005, o que significou um aumento relativo dentre as demais carnes, mesmo representando apenas 5% do volume geral

(NOGUEIRA; NOGUEIRA, 2005). Esse aumento da produção de carne ovina no Brasil se dá pela expansão da ovinocultura de corte em todas as regiões do país que vem acontecendo desde 1992, como é o caso do Norte, Sudeste, Centro-Oeste, regiões essas que têm territórios amplos e com grande potencial para a exploração dos ovinos de corte (SIMPLÍCIO; SIMPLÍCIO, 2006)

Como em todo o país na região Centro-Oeste também vem aumentando devido às ótimas condições edafoclimáticas que facilitam a criação desses animais. Para Leite (2010), as condições ambientais são favoráveis em todo o território brasileiro para criação de ovinos e caprinos, em que o clima aliado ao uma grande expansão de terra principalmente no Nordeste, Norte e Centro-Oeste do país, proporciona um menor custo de produção.

2.1 Produção de ovinos no Brasil

No Brasil a primeira referência de ovinos foi no ano de 1556, quando junto com outras espécies foram introduzidos animais de origens espanhola e asiática. A valorização dos ovinos começou na primeira guerra mundial em 1914, sendo que isso influenciou grandemente para que essa criação despertasse maior interesse dos produtores (NOCCHI, 2001).

A ovinocultura teve início nos anos 80 no estado do Rio Grande do Sul tendo como principal atividade a produção de lã, que por muitos anos foi um negócio rentável para os produtores, entretanto, a lã passou por um período de desvalorização, afetando assim a viabilidade econômica da atividade e provocando uma diminuição do rebanho no Estado (SILVEIRA, 2007).

Martins et al. (2005), constataram que devido ao alto preço do mercado da lã criou-se a necessidade de buscar novos padrões de animais especializados para carne, surgindo assim ovinos deslanados como uma alternativa rentável e também permitindo a distribuição da ovinocultura em várias regiões, em que não tinha mas criação expressiva. A produção ovina foi se voltando para a produção de corte se adequando às necessidades do mercado nacional (LARA et al., 2013).

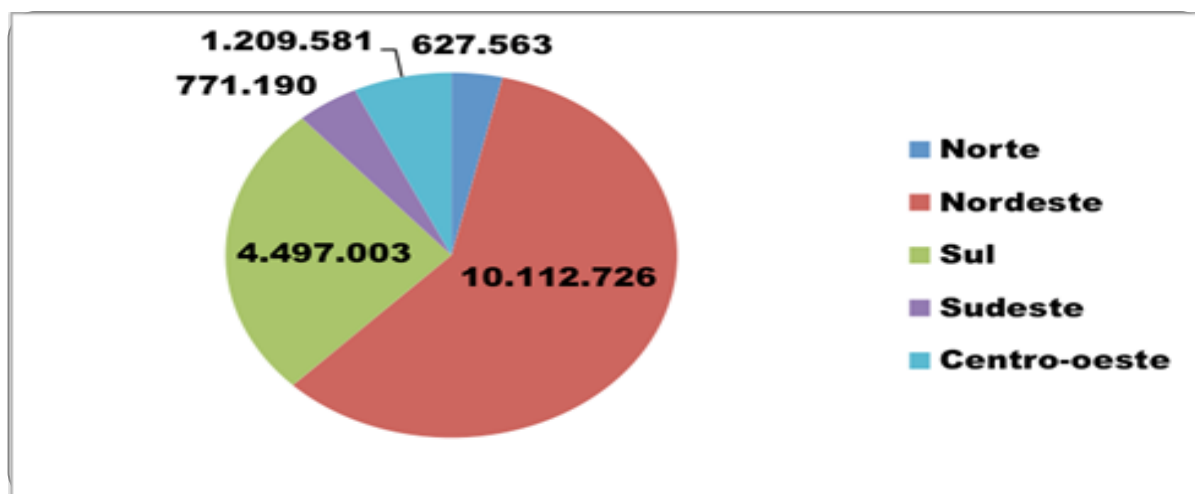
A criação de ovinos no Brasil é favorável devido às condições econômicas, climáticas e agrostológicas, porém é preciso melhorar os métodos de produção, então deve buscar satisfazer três pontos essenciais como a genética, saúde e nutrição (GERASEEV; PEREZ, 2013).

Com essa nova oportunidade de agronegócio o nordeste brasileiro investiu crescendo significativamente, introduzindo raças especializadas e adaptadas para elevar a produtividade

do rebanho, se tornando então o maior produtor de ovinos e caprinos do país (RIBEIRO, et al.2007). Porém muitos produtores de diversas regiões do país, procurando diversificação de mercado, estão optando pela ovinocultura como uma opção viável e lucrativa.

Os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (BRASIL, 2012) evidenciam um rebanho ovino de aproximadamente 17.668.063 cabeças, estes espalhados por diversas regiões do país (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Rebanho ovino nas regiões do Brasil



Fonte: Adaptado de Brasil (2012) apud Rosa (2013).

2.2 Importância Socioeconômica da Ovinocultura

A ovinocultura tem uma grande importância no mundo, sendo os cordeiros principalmente especializados para carne e lã, isso devido a fácil adaptação dos mesmos a diversas regiões tendo raças especializadas para cada utilização e para cada região (SIQUEIRA, 2001).

A ovinocultura foi uma das primeiras explorações animais levadas a efeito pelo homem, a qual proporciona até os dias atuais alimento em forma de carne e leite e proteção através da lã e da pele (SILVA SOBRINHO, 1997). Essa criação vem se destacando nos últimos anos devido suas características de alta lucratividade e rápido giro financeiro, além disso, esta atividade pode ocupar o espaço deixado por outras atividades agropecuárias, viabilizar pequenas propriedades, utilizar áreas com relevo impróprio para uso de outros ruminantes ou mesmo ser a atividade principal dentro de uma grande empresa rural (FARIAS; MORAIS; GUIMARÃES, 2004).

As criações de lã se enquadram melhor na região Sul, porém pode ser criada em todas as regiões desde que não tenha umidade. As raças mais especializadas recebem o nome de lã fina, e se adaptam melhor as regiões quentes (SIQUEIRA, 2003).

2.3 Perspectivas da ovinocultura no Centro-Oeste

Dentre os estados que constituem o centro-oeste, o estado de Mato Grosso tem se destacado na criação de ovinos de tal forma que é considerado um dos mercados mais expansivos (ALVES, 2013).

A região Centro-Oeste é tradicionalmente conhecido como produtor de grãos, pecuária de corte e leite, atualmente surge como uma região na qual a ovinocultura está aumentando a cada dia. Neste sentido o consumo esteve estagnado nesse período, assim essa região desponta como o local que poderá ser um grande fornecedor de carne ovina (DIAS; DIAS; BRITO, 2004).

As atualidades na ovinocultura de corte no centro do país levam em consideração os avanços na produção do cerrado, porém é neste local que se situa a maior parte do rebanho bovino e as maiores superfícies de pastagem. Devido a isso, os produtores associam as condições de criação e manejo de ovinos as de bovinos criando maiores expectativas de produção e renda (REIS, 2009).

Segundo Cunha et al. (2008) na região Centro-Oeste devido às características de grandes áreas de pastagem, propicia aos animais condições de conjugação com a bovinocultura o que resulta em melhores resultados no avanço da cadeia produtiva.

Conforme Oliveira (2011), para que a atividade ovina se espalhe nas propriedades da região Centro-Oeste e comece a gerar receita é preciso mudar primeiramente a ideia dos produtores para que eles permitam a tecnificação quanto a criação e ao manejo a fim de melhorar a produção. O aumento do interesse dos ovinocultores em intensificar a produção, é importante para auxiliar produtores que tenham como desafio aumentar a produção de carne para o mercado (BARROS et al., 2009).

As criações com fins comerciais são ainda pouco frequentes na região Centro-Oeste, predominando assim a produção mais tradicional para o próprio consumo e comercialização do excedente, mas com essas mudanças no hábito populacional essa visão se encontra em plena mudança (COSTA et al., 2011).

2.4 Ovinocultura de corte

Segundo Santos (2002), a ovinocultura do Brasil com objetivo de produzir carne é uma das poucas alternativas do setor pecuário que mostram um grande desenvolvimento, porém ainda não se apresenta organizada devida a baixa oferta de carne produzida e a falta de qualidade.

O consumo de carne ovina ainda é limitado em comparação a outros produtos de origem animal (VIANA, 2008). No Brasil, a carne de ovinos está deixando de ser produzida apenas nas estâncias gaúchas e no sertão nordestino, passando a ser consumida, principalmente, nos grandes centros urbanos (FRESCURA et al., 2005).

O aumento do interesse pela produção de carne tem buscado atender ao mercado e manter o crescimento dessa produção (GOUVEIA; ESPESCHIT; TARTARI, 2009) com uma crescente demanda da carne ovina onde o estado de São Paulo se destaca como maior vendedor do produto, atendendo as exigências dos consumidores com o fornecimento de carcaças de qualidade (GOUVEIA, ARAUJO, ULHOA, 2009).

No Brasil existem duas raças com aptidão para produção de carne que se destacam devido à grande adaptabilidade ao clima tropical brasileiro, sendo elas Morada Nova e Santa Inês (SIQUEIRA, 2001). Porém segundo Almeida (2011), na região Centro-Oeste ainda existe um número grande de produção de ovinos mestiços e sem raças definidas, devido á falta de tecnificação e de visão dos produtores.

2.4.1 Substituição da lã pela carne

No século XVIII, os ovinos eram criados com vistas à produção de lã que era fiada e tecida, dentro das propriedades, para a confecção de ponchos e cobertores que eram usados para comércio e para uso familiar nas regiões do sul (VIANA; WAQUIL; SPOHR, 2010).

Com a crise da lã, que afetou as formas de comercialização da mesma, os criadores diminuíram os rebanhos, buscaram alternativas de rentabilidade aumentando os cruzamentos e os plantéis das raças especializadas na produção de carne (RIBEIRO, 2008).

Com o crescimento na produção de carne, houve um decréscimo na fabricação de lã, porém a região do Sul ainda é um dos estados que mais se destacam por produzirem essa fibra industrial e também apresentarem outras opções de uso artesanal, como tapetes, quadros de decoração além de peças de vestuário confeccionadas com lã pura ou mista (BORGES; SILVA; ORZIL, 2013).

2.4.2 Mercado consumidor pede por qualidade de carne

Atualmente, novos desafios foram impostos à ovinocultura, dentre eles destacam-se o aumento da eficiência produtiva para obter animais precoces e com baixa concentração de gordura, buscando consequentemente melhoria dos resultados financeiros da atividade (ROCHA, 2001).

O negócio não é apenas produzir, é preciso produzir com qualidade produzir bem para atender a um mercado cada vez mais exigente. Assim o papel mais importante é promover a cadeia produtiva, ou seja, promover a atividade dentro e fora dos currais (SANTOS, 2004).

De acordo com Oliveira (2002), o consumo da carne ovina tem aumentado nos últimos anos no Brasil, e assim destacam-se algumas regiões como o Nordeste, Sul e Sudeste por esse aumento. Diante desse aumento é necessária uma produção eficaz, que consiga atender a demanda do consumidor, desta forma, foram constatados alguns problemas que afetam a cadeia produtiva de ovinos, como a irregularidade na oferta, a carne com alto percentual de gordura e cortes que não mantêm os padrões de qualidade (ZEOLA, 2002).

Rota et al. (2006), relataram que algumas características influenciam na qualidade e na aceitação da carne ovina no mercado consumidor, tais como a cor, aparência e textura. A quantidade de gordura presente na carcaça também é importante na palatabilidade, pois pouca gordura aumenta a quebra ao resfriamento, então a gordura de cobertura oferece uma proteção à carne congelada (SILVA SOBRINHO, 2001).

Produzir carne ovina de qualidade é uma atividade que apresenta excelente probabilidade, porém sua produção não é tão fácil assim, pois os elos que devem ser levados em consideração para que a carne seja de qualidade são na maioria das vezes, desconhecidos pelos produtores (SILVA SOBRINHO, 1996).

O sabor de um alimento corresponde ao conjunto de impressões olfativas e gustativas, provocadas no momento do consumo, antes da sua ingestão, durante a mastigação e após a deglutição, e pode ser influenciado pelas características sensoriais deste alimento (PINHEIRO et al; 2006).

2.5 Abate e comercialização de ovinos no Brasil

Analisando a cadeia produtiva da carne ovina encontra-se várias situações de origem dependendo muito da região e das particularidades (SIQUEIRA; FERREIRA; FERREIRA,

2008). A carne ovina tem basicamente três tipos de origem de abate, sendo entre elas algumas confiáveis e outras nem tanto. A comercialização dessa carne apresenta alguns problemas, como a origem desse produto, pois a mesma pode ser abatida de três formas, sendo elas: importada, de frigoríficos nacionais certificados ou ser clandestina, obtida no que chamam popularmente de “frigomato” (ALENCAR; ROSA, 2006).

A carne de origem importada vem afim de abastecer a necessidade dos consumidores, pois mesmo o Brasil tendo um crescimento na produção de carne nos últimos anos, essa carne de ovinos é insuficiente para atender ao consumo interno. Para suprir a demanda, o País tem de importar esses produtos de países vizinhos, principalmente Uruguai e Argentina, além da Nova Zelândia. O Brasil importa ovinos vivos para abate, carcaças de ovinos resfriadas ou congeladas e carne desossada, resfriada ou congelada (MONTEIRO NETO, 2005) (VIANA, 2008).

Segundo Madruga (2008) essa insuficiência de abastecer o próprio mercado se dá devido um dos maiores desafios ainda residir na produção de carne com alto padrão de qualidade que ainda é difícil de ser encontrada.

Os proprietários de restaurantes e churrascarias alegam preferir a carne importada, pois encontram maior qualidade nas mesmas e o preço é quase igualado ao da carne nacional, além da facilidade de compra de cortes, pois os mesmos utilizam apenas dois ou três cortes já a carne nacional na maioria das vezes apresenta somente venda de meia carcaça ou até mesmo inteira (SIQUEIRA; FERREIRA; FERREIRA, 2008). Isso implica 60% do total da carne consumida formalmente no país (SOUZA, 2008).

As carnes de ovino de origem nacional são restritas ao comércio regional, o consumo atual está acima da capacidade produtiva nacional. Dessa forma, o comércio de reprodutores está aquecido, devido à procura para criar ou estabelecer novos plantéis (ALENCAR; ROSA, 2006).

Mesmo com o crescimento da atividade no setor e com a abertura de novas indústrias e frigoríficos aptos a abater ovinos, a participação dos produtos nos supermercados do país não corresponde a 10% do processamento formal de carnes legalizados pela indústria brasileira (SIQUEIRA; FERREIRA; FERREIRA, 2008).

Essa carne clandestina é um grande problema para o setor produtivo e demonstram que apenas um quinto da produção é abatido corretamente, dentro da Inspeção Federal, Estadual ou Municipal (BORTOLI, 2008).

Estimativas de mercado dão conta de que os abates clandestinos são responsáveis por mais de 90% do abate de caprinos e ovinos no Brasil. A maior parte desses abates aconteceria na propriedade rural e, de modo geral, a produção resultante seria de baixa qualidade. (JESUS JUNIOR; RODRIGUES; MORAES, 2013).

Tem crescido a procura e aceitação no mercado interno dos produtos de origem ovina, principalmente a carne, e por isso tem havido algumas mudanças na produção e comercialização dos mesmos, aumentando o interesse dos produtores em especializar-se nessa área e com isso tem superado a condição de produção apenas para o mercado local ou somente para o autoconsumo, tornando a ovinocultura uma das maiores esperanças do agronegócio brasileiro (MONTEIRO NETO, 2005).

2.6 Mercado consumidor

O sabor de um alimento corresponde ao conjunto de impressões olfativas e gustativas, provocadas no momento do consumo, antes da sua ingestão, durante a mastigação e após a deglutição, e pode ser influenciado pelas características sensoriais deste alimento (PINHEIRO et al; 2006).

Não é nada fácil determinar o consumo da carne ovina no Brasil, pois as informações são vagas e na maioria das vezes sem confiança. Uma das maiores dificuldades para saber a precisão da mesma é o grande índice do consumo principalmente das propriedades rurais (SORIO, 2009).

Para determinar o consumo, devemos buscar antes à exigência dos consumidores, pois, os mesmos buscam produtos seguros e diferenciados, procurando aliar qualidade e sabor no produto. Para garantir um consumo maior devemos nos preocupar também com o preço e a quantidade do produto para atender a demanda, além da praticidade e garantia de acesso fácil e rápido por parte do consumidor (SANDOVAL JUNIOR, 2011).

Segundo Lara et al. (2013), apesar da demanda da carne ovina ser positiva ainda existe uma repressão em relação a elevação desse consumo. No entanto o consumo dessa carne está estagnado em 700 gramas per capita anual, e quando comparado com outros países e outros tipos de carne (Tabela 2) ainda é bem inferior (ALENCAR; ROSA, 2006).

Mercado é um grupo formado por vendedores e compradores que interagem entre si e determinam o preço de um produto, considerando os valores em reais e o potencial dos

agentes vendedores, além da extensão do mercado e a concorrência (PINDYCK; RUBINFELD, 2006).

Tabela 2- Consumo de diferentes tipos de carne

Tipos de Carne	Kg por habitante por ano
Carne Bovina	36
Carne Suína	10,5
Carne de Frango	30
Carne Ovina	0,7

Fonte: Adaptado de ALENCAR; ROSA, 2006.

O mercado para produtos derivados da ovinocultura está cada vez maior e mais exigente, por isso tem aumentado a procura dos produtores pela qualificação, e melhoria da produção. O mercado de carne ovina no Brasil está se distinguindo e começa a apresentar formas de comercialização e distribuição de produtos visando atender a exigência dos consumidores atuais, que buscam produtos de qualidade, com marca, e características nutricionais (HOLANDA JUNIOR; SÁ; ARAUJO, 2003).

Simplício e Simplício (2006) destacam maneiras imprescindíveis que devem ser tomadas para que o mercado da carne ovina conquistado continue estável ou crescendo, sendo:

- Que mantenha uma oferta contínua de produtos;
- Abate de animais jovens e bem acabados, com total higiene;
- Que tenham carcaça de boa qualidade, com boa conformidade e tamanho.

2.7 Marketing

O marketing deve ser utilizado como uma ferramenta para descobrir as necessidades, preferências e desejos dos consumidores, oferecendo o que estes procuram. Com a evolução dos mercados, o marketing também evoluiu desenvolvendo técnicas e estratégias, considerando não só os produtos e serviços, mas também os mercados alvo, a agregação de valor ao produto e à satisfação do cliente, o ambiente em que se está inserido, a concorrência, o composto de marketing, as cadeias de suprimentos, os canais de distribuição, entre outros fatores (MCCARTHY, 1976 apud BORTOLI, 2008).

De acordo com Motta (2005), para realizar uma estratégia de marketing bem feita e completa, é necessário considerarmos o composto de marketing, formado por quatro elementos essenciais, sendo eles: produto, preço, praça, promoção.

2.7.1 Produto

Um produto é considerado o bem ofertado numa transação comercial e deve aprontar características essenciais às necessidades do consumidor. Para que os produtos sejam mais atrativos a fim de encantar mais o cliente, muitos deles são ofertados com benefícios extras, como garantias, entregas gratuitas, embalagens diferenciadas, etc (MOTTA, 2005).

2.7.2 Preço

Segundo Bánkuti et al. (2009), preço é o valor monetário trocado por produtos ou serviços. Pode representar uma barreira de acesso para determinados grupos de consumidores. Os mesmos também podem ser fixados a partir dos objetivos, como alcançar um determinado mercado de consumidores, enfrentar ou prevenir competições, maximizar o lucro e assegurar sua própria sobrevivência.

2.7.3 Praça

Praça diz respeito a como será operado o seu negócio, ou seja, como o produto será colocado à disposição do seu cliente. Os canais de distribuição, por exemplo, são vários e podem ser realizados diretamente para o usuário final, ou através de distribuidores (MOTTA, 2005).

Praça é a organização responsável pela distribuição de produtos e serviços. Buscando atender as demandas dos consumidores e estimular a fim de aumentar a procura pelo produto. (BÁNKUTI ET AL. 2009)

2.7.4 Promoção

O composto promocional, é responsável pela comunicação, deve transmitir informações tanto no sentido produtor-consumidor quanto consumidor-produtor. Mensagens acessíveis e sólidas constroem imagens sustentáveis e geram atitudes favoráveis aos processos de comercialização (BORTOLI, 2008).

Conforme Motta (2005), a promoção tem a função de estimular a demanda relacionando serviços às necessidades e desejos de seus clientes. A informação a ser

repassada deve atender as necessidades de seus clientes usando dos corretos canais de comunicação. A chave do sucesso está em atrair e reter a atenção do consumidor.

3 MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada no município de Pontes e Lacerda, a 400 km de Cuiabá no Sudoeste do estado de Mato Grosso. O clima predominante na região é o tropical quente e subsumido, com precipitação anual de 1500 mm, e intensidade máxima de chuvas de dezembro a fevereiro, sendo que a temperatura média varia de 24° C a 38° C.

As entrevistas aconteceram em Junho de 2011 e foram escolhidos os locais com maior fluxo de pessoas para confeccionar as entrevistas, que ocorreram nos três principais supermercados da cidade.

Os entrevistados foram selecionados de forma aleatória, conforme estavam no açougue dos supermercados e perto das bancas de carne na feira livre. Ao todo foram entrevistados 55 (cinquenta e cinco) pessoas sem diferenciação sexual.

As entrevistas foram conduzidas da seguinte maneira: O entrevistador primeiro perguntava aos possíveis entrevistados se estavam dispostos a participar da pesquisa, e quando dispostos então se dava início as perguntas, mas antes de iniciar a entrevista explicava-se o objetivo da pesquisa.

O questionário foi composto por 18 questões, além do cabeçalho de identificação da universidade, do entrevistador, data e local da realização das entrevistas. (Apêndice I).

As oito primeiras perguntas do questionário foram relacionadas com a identificação do entrevistado, declarando nome, endereço, telefone, sexo, grau de instrução, renda da família, idade e profissão. Depois de identificado o entrevistado, seguiam-se as perguntas sobre o consumo de qualquer tipo de carne: bovina, suína, frango e outras, a fim de observar o de consumo de carnes em geral.

A partir da questão 10 classificava o entrevistado em consumidor ou não da carne ovina, e no caso da resposta ser negativa o entrevistador já transfere a entrevista para questão 18 onde classifica o porquê dessa falta de consumo.

Caso a resposta da questão 10 fosse positiva para o consumo de carne ovina prosseguia-se o questionário com a pergunta 11 que diz respeito à origem dessa carne, se o entrevistado acreditava numa qualidade igual, melhor ou pior quando comprada direto do produtor em relação a açougues e supermercados.

A questão 12 caracteriza as carnes em notas, sendo que os entrevistados deveriam dar uma nota de 0 a 10 aos variados tipos de carnes, como bovina, ovina, aves, suína e peixes, levando em consideração seu gosto e preferência.

As questões 13, 14 e 15 questionam sobre o consumo dessa carne, com qual frequência consomem, diariamente, semanal, mensal, semestral ou anual. Ainda diz respeito ao local de consumo, se é em residência própria, casa de amigos, bares ou restaurantes e ainda onde adquirem essa carne, direto do produtor, supermercado, feiras livres e outros.

A pergunta 16 refere-se ao grau de confiança dessa carne, se acredita que a carne é confiável e totalmente segura, se oferece um alto ou baixo risco ao consumidor. A questão 17 diz respeito às ocasiões de consumo, se em churrasco, em festas de fim de ano, confraternizações ou dia a dia.

Os resultados foram preparados em planilhas eletrônicas. Dentro de cada agrupamento, os percentuais foram calculados em relação ao número de alternativas disponíveis a cada questão formulada ou ao número de entrevistados que optaram pela alternativa em foco. Os dados foram convertidos em gráficos os quais facilitam o entendimento da situação de cada aspecto abordado nas questões. Todo o procedimento foi executado no programa Microsoft Excell do Windows®.

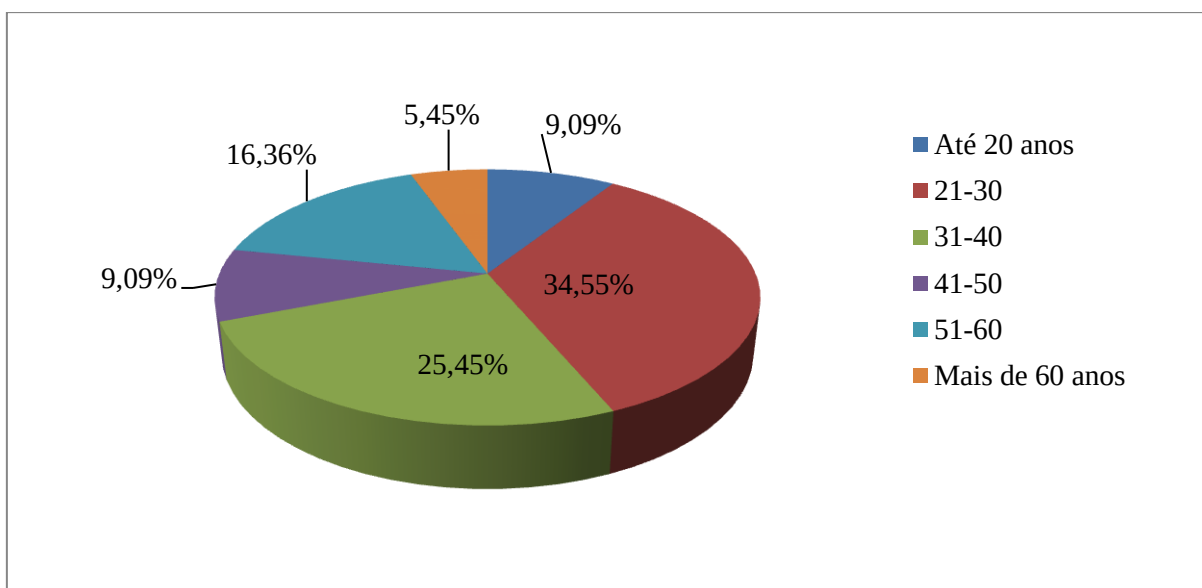
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Perfil dos consumidores

O perfil dos entrevistados alia as informações coletadas nas primeiras nove questões do questionário e referem-se às seguintes características: sexo, grau de instrução, renda da família, idade, profissão e se consome ou não carne ovina.

A pesquisa foi realizada com 55 indivíduos, sendo 23 (41,82%) do sexo masculino e 32 (58,18%) do feminino, com idade variando de até 20 a mais de 60 anos. O maior percentual de respostas foram por pessoas com faixa etária entre 21 à 30 anos que representa 34,55% dos entrevistados, seguida dos com idade de 31 à 40 (25,45%), 51 à 60 (16,36%), seguindo pelos de até 20 e os de 41 à 50 com 9,09% e os acima de 60 com 5,45% (Gráfico 1).

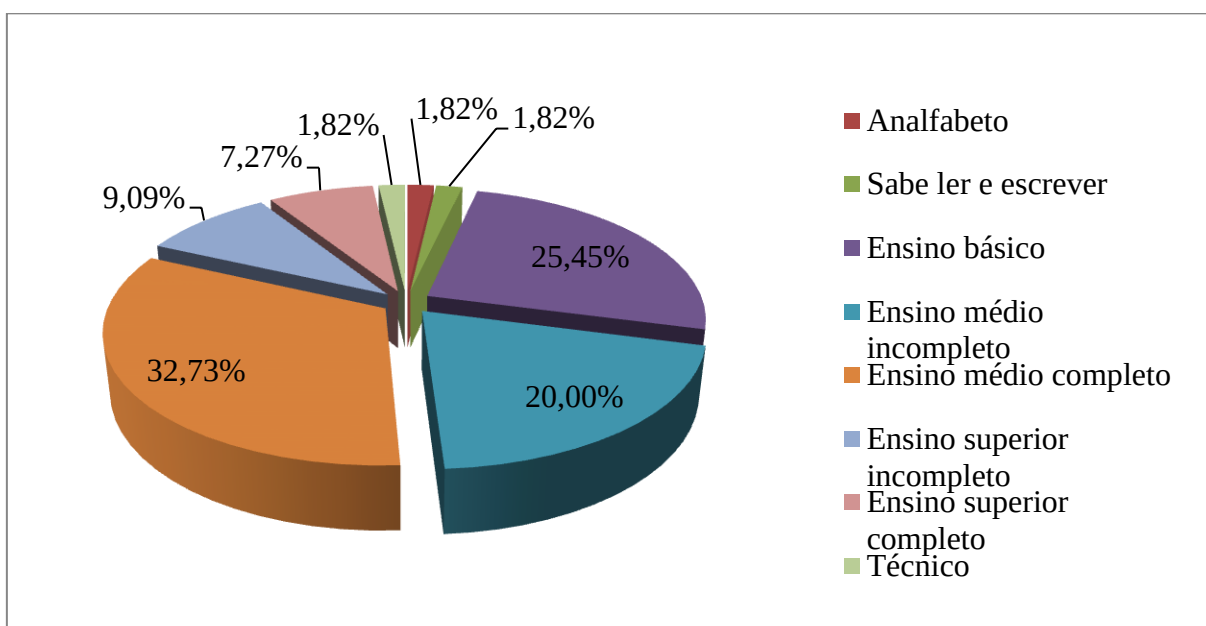
Gráfico 2- Faixa etária dos consumidores entrevistados em supermercados no município de Pontes e Lacerda-MT



Fonte: Elaborado pelo Autor

Quanto ao grau de instrução (Gráfico 2) a maior parte dos entrevistados tem ensino médio completo (32,73%), seguido pelo ensino básico (25,45%) e ensino médio incompleto contabilizando 20,00%. Os ensinos superiores completos e incompletos totalizam 9,09% e 7,27% respectivamente, e os técnicos, analfabetos ou que apenas sabem ler e escrever indicam 1,82% cada.

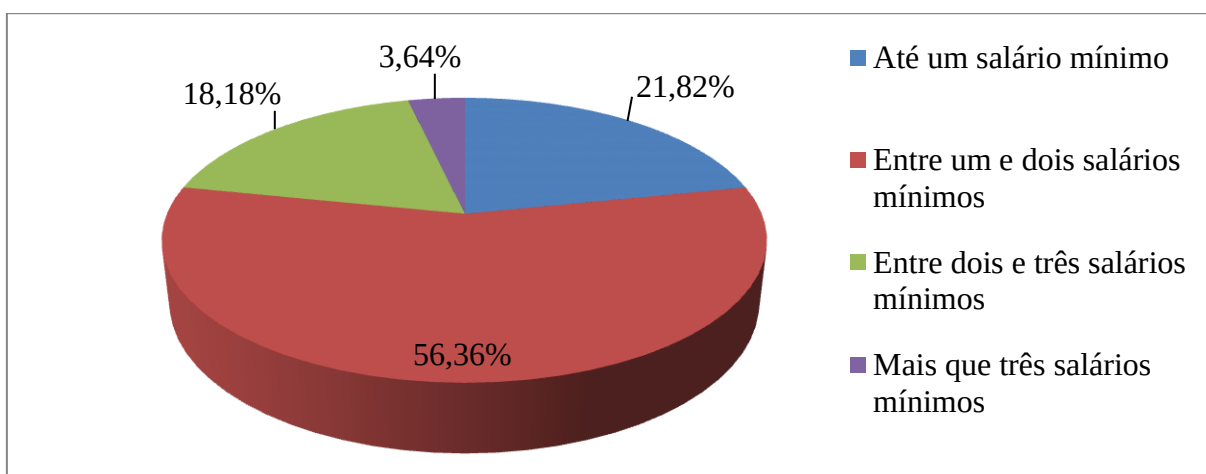
Gráfico 3- Grau de instrução dos consumidores entrevistados em supermercados no município de Pontes e Lacerda-MT.



Fonte: Elaborado pelo autor

A classificação dos entrevistados segundo o nível salarial apresentou a seguinte composição, 56,36% relataram receber entre 1 à 2 salários mínimos (670,00 á 1340,00 R\$), a renda de até 01 salário mínimo (R\$ 670,00) representou 21,82%, já 18,18% dos entrevistados informaram receber de 2 à 3 salários mínimos (R\$ 1340,00 á 2010,00) e apenas 3,64% relatou receber mais de 3 salários mínimos. (Gráfico 3).

Gráfico 4- Nível salarial dos consumidores entrevistados em supermercados no município de Pontes e Lacerda-MT.



Fonte: Elaborado pelo autor

Bortoli (2008) realizou uma pesquisa com 403 entrevistados, sendo 56,8% do sexo masculino e 43,2% feminino. A maioria dos participantes também tinha entre 18 à 29 anos e eram casados, diferenciando somente no grau de escolaridade onde os mesmos eram a maioria com ensino superior completo.

4.2 Caracterização do consumo dos entrevistados

Neste setor serão relatadas as informações obtidas das questões 9 a 17, ou seja, os principais tipos de carnes preferidas e consumidas, se consome carne ovina, com qual frequência, os principais locais de compra e qual o grau de confiança desse produto.

4.2.1 Consumo da carne ovina no Município de Pontes e Lacerda

Primeiramente os entrevistados eram questionados sobre o consumo de carne de qualquer espécie, e as respostas foram quase unânimes sobre o consumo, ficando constatados que 96,36% consomem algum tipo de carne e apenas 3,64% não consomem carne.

Depois de indagados sobre o consumo de carne de qualquer espécie, os entrevistados que tiveram resposta positiva eram questionados sobre o consumo de carne ovina, e segundo os dados obtidos relatam que 40 dos 55 entrevistados, ou seja, (73%) consomem carne ovina, e os outros 15 não consomem (27%), principalmente pelo fato de não encontrar esse produto nos supermercados e por não gostarem do sabor.

Segundo Lara et al. (2013), a região Sudeste atualmente representa o maior mercado consumidor de produtos ovinos e caprinos, pois tem alto poder aquisitivo e com grande potencial de crescimento, o que demonstra que o estado de Mato Grosso tem um consumo significativamente baixo, pois mesmo sendo a compra feita de forma clandestinas, com preços mais baixos, o consumo não é alto.

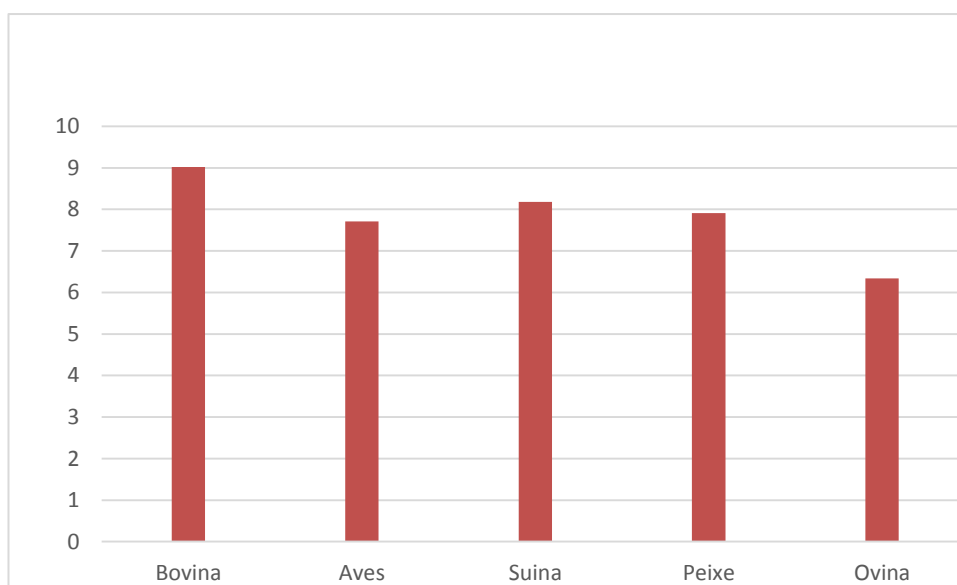
4.2.2 Tipos de carne preferida pelo consumidores

Eram apresentados diversos tipos de carne aos entrevistados, e os mesmos classificavam com notas que variavam de 0 a 10, isso também classificava a preferência pelos tipos de carne da população.

Dessa forma, a carne bovina apresentou uma média entre as notas maiores que as demais carnes, tendo como nota 9,02 e sendo a melhor na escolha de 31 dos 55 entrevistados

(Gráfico 4). Em seguida veio à carne suína que apresentou uma média de 8,18, seguida pelas carnes de peixe, aves e por última carne ovina com as médias 7,91, 7,71 e 6,34 respectivamente. A carne ovina ficou ranqueada como a última em preferência dos consumidores, isso devido a cultura da região, pois não temos costumes de consumir essa carne no dia a dia fazendo assim com que a mesma fique com baixo gosto popular.

Gráfico 5- Tipos de carne preferida pelo consumidores entrevistados em supermercados no município de Pontes e Lacerda-MT.



Fonte: Elaborado pelo autor

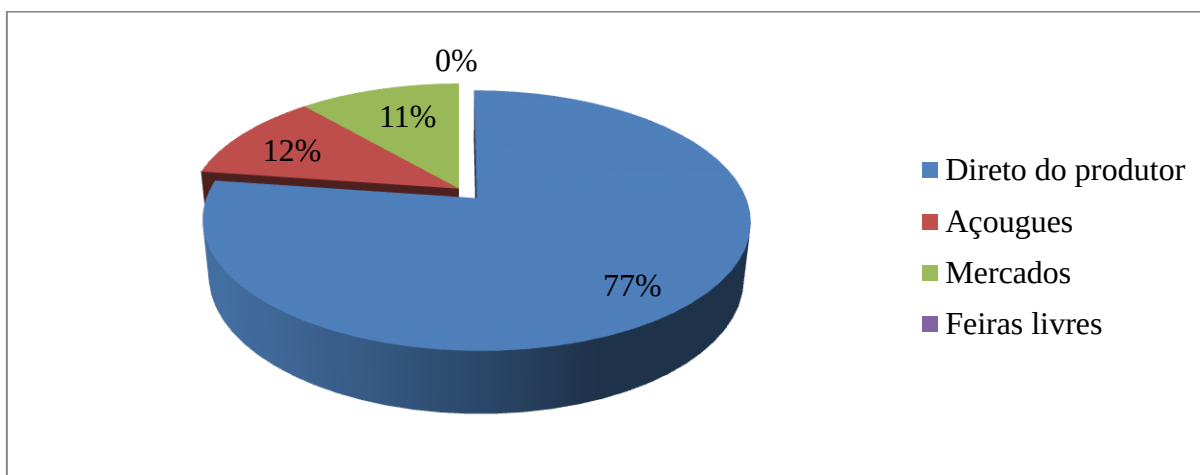
Assim à preferência das carnes foram ranqueadas na seguinte ordem: bovina, suína, peixes, aves e ovinas, e em uma pesquisa realizada no RS, as carnes bovina e de frango foram as mais citadas, seguidas pela carne suína, de peixes e de ovinos (FRANCISCO, 2004).

4.2.3 Local de compra e frequência de consumo

Dos entrevistados, a maioria adquire a carne ovina diretamente do produtor (77%), seguida da compra em açougues, feiras livres e supermercados, tendo a percentagem de 12%, 0,0% e 11% respectivamente (Gráfico 5). A compra em açougues e supermercados é baixa provavelmente pelo fato do preço alto, pois a carne para ser comercializada em mercados deve passar por inspeções e ter selos de qualidade, já a carne comprada direto do produtor tem um preço mais baixo, devido a não ter nenhuma exigência.

Segundo Rosa (2013) em uma pesquisa com produtores da região do Vale do Guaporé destacou um aspecto bastante peculiar em relação ao abate apesar de ser um dos maiores problema a falta de abate irregular, eles acreditam que a comercialização seja o maior entraves e segundo eles faz com que aumente o número de produtores desistindo da criação.

Gráfico 6- Locais de compra da carne ovina no município de Pontes e Lacerda-MT



Fonte: Elaborado pelo autor

Quando indagados sobre a frequência de consumo a maioria dos entrevistados responderam que consomem uma vez por mês, sendo 17 deles (30,91%). Já 5 pessoas (9,09%) consomem carne ovina uma vez por ano e 8 (14,54%) uma vez por semestre, e somente duas pessoas (3,63%) consomem essa carne todos os dias.

Tabela 3- Percentagem de pessoas em relação à frequência do consumo

Frequência de consumo	% de pessoas
Dia	3,63
Semana	16,36
Mês	30,91
Semestre	14,54
Ano	9,09

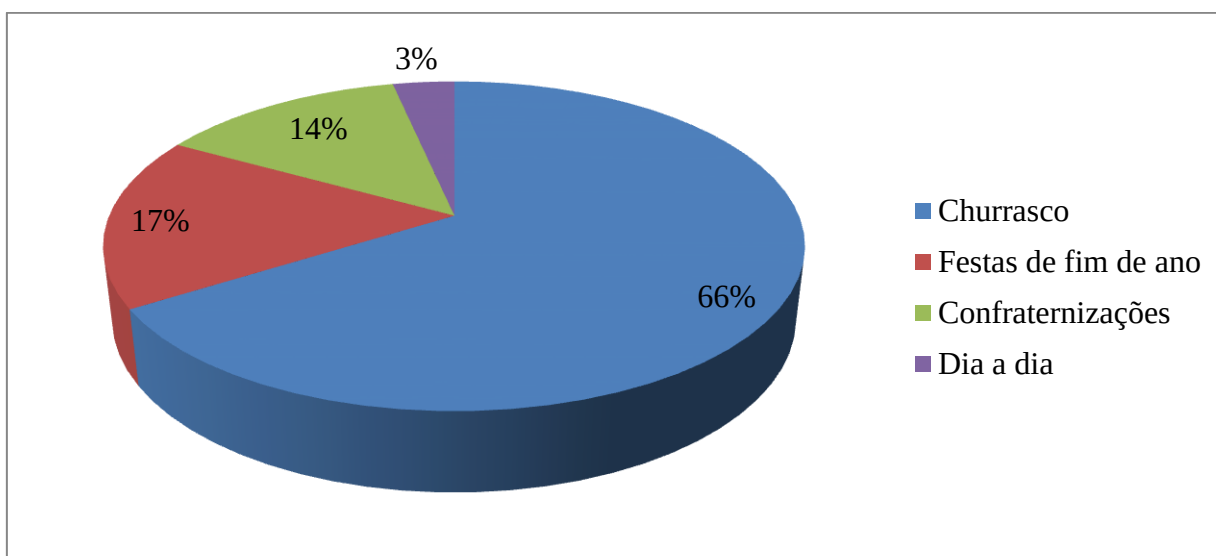
Fonte: Elaborada pelo autor

4.2.4 Principais ocasiões de consumo

A carne ovina é considerada uma iguaria, tendo assim o seu maior consumo em ocasiões especiais, não sendo um produto de consumo diário, possivelmente pelo seu sabor acentuado e marcante.

Na pesquisa realizada foram obtidas informações que aprimoram essa opinião, sendo que a maior parte dos indagados responderam que consome esse tipo de carne em churrascos, o segundo maior resultado foram em festas de fim de ano, seguidos de confraternizações e apenas 3% disseram consumir no dia a dia. (Gráfico 6).

Gráfico 7- Principais ocasiões de consumo da carne ovina entre os entrevistados no município de Pontes e Lacerda-MT



Fonte: Elaborado pelo autor

As ocasiões preferidas para consumir carne ovina predominaram os churrascos com a família ou amigos principalmente nos finais de semana, esta preferência é igualada a de Bortoli (2008), que constatou em sua pesquisa um consumo maior nos finais de semana, e concluindo Barcellos (2007), uma pesquisa sobre consumo de carne bovina relata preferência semelhante, o que nos induzem ao entendimento que a carne ovina é um produto utilizado na diversificação do cardápio, mas preferencialmente em churrascos.

5 CONCLUSÕES

O consumo da carne ovina em Pontes e Lacerda tem uma boa aceitação, sendo a maior parte da população consumidora desse tipo de carne, porém esse produto pode ser considerado como iguaria, pois o seu consumo não é diário, sendo geralmente em churrascos e em datas especiais.

A compra dessa carne é feita na maioria das vezes de forma irregular, então uma alternativa para o aumento do consumo e qualidade dessa carne seria a abertura de um frigorífico de ovinos nessa região, pois os que existem no estado são muito longe dificultando para os produtores o seu deslocamento.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, L.; ROSA, F.R.T. Ovinos: panorama e mercado. **Revista O Berro**. 96 ed. Nov.2006. Disponível em:< http://www.zebus.com.br/berro/noticias_ver.php?CdNotici=9>. Acesso em: 10/03/2013.
- ALMEIDA, I.V.B. Reflexão sobre raças nordestinas. **Revista Brasileira de Caprinos e Ovinos - O berro**; N° 146 – Julho de 2011.
- ALVES, V. **Ovinocultura cresce 27% em Mato Grosso e atraí investidores de todo país**. Agro Olhar Abr. 2013. Disponível <http://agro.olhardireto.com.br/noticias/exibir.asp?noticia=Ovinocultura_cresce_27_em_Mato_Grosso_e_atrai_investidores_de_todo_pais&id=5852> Acesso em: 22 abr. 2013.
- BÁNKUTI, F.I; MACEDO, F.A.F. de; SAYURI U; MIRANDA, S.U; PETENAZZ JÚNIOR, C; CESSSEL, A.M; GOMES NETO, A.P. Identificação e Análise do Marketing mix para a carne ovina no Município de Maringá, PR. In: V Simpósio de Ciências da UNESP – Dracena VI Encontro de Zootecnia – UNESP, 2009, Dracena. **Anais...** Dracena: Universidade de São Paulo, 2009, 3p.
- BARCELLOS, M.D. **Beef Lovers: Um Estudo Cross-Cultural sobre o Consumo de Carne Bovina**. 2007. 323 p. Dissertação (Doutorado em Agronegócios) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- BARROS, C.S de; MONTEIRO, A.L.G; POLI, C.H.E.C; FERNANDES, M.A.M; ALMEIDA, R. de; FERNANDES, S.R. Resultado econômico da produção de ovinos para carne em pasto. **Acta Scientiarum Animal Sciences, Maringa**. V.31, n.1, p.77-83, 2009
- BORTOLI, E. C de. **O mercado de carne ovina no rio grande do sul sob a ótica de diversos agentes**, 2008. 141p. Dissertação (mestrado em Agronegócio) Programa de Pós-Graduação em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios - Universidade Federal do Rio Grande do Sul Porto Alegre, 2008.
- BRASIL – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, **Comunicação Social**. 2001. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/comercioeservico/pas/pas2000_2001/default.shtm> . Acesso em: 26 mai. 2013.
- BRASIL – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, **Comunicação Social**. 2012. Disponível em <www.ibge.com.br> Acesso em: 26 mai. 2013.
- CANDIDO, M.J.D; VIEIRA, M.M.M; BONFIM, M.A.D; SEVERINO, L.S; ZAPATA, J.F.F; BESERRA, T.L; FERNANDES, J.P.B. Características da carcaça de ovinos alimentados com dietas contendo quatro níveis de farelo de mamona, In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA, Ed.45, 2008, **Anais...** Lavras-MG: [Universidade Federal de Lavras, Julho/2008. CD-ROOM.

COSTA, J.A.A. da; CARDOSO, E.E.; REIS, F.A.; OLIVEIRA, A.R. de; SILVA, W.C. da. **Perspectivas da pesquisa em ovinocultura de corte no Centro-Oeste**. Embrapa Gado de Corte. Campo Grande /MS. 2011. 47p. Doc.184.

CUNHA, E.A. da; SANTOS, L.E. dos; BUENO, S.M.; LIMA, J.A. de. Ovinos deslanados em pastagens tropicais. **Revista O Berro**, ed. 102, n.Junho 2008.

CUNHA, M.G.G; CARVALHO, F.F.R; GONZAGA NETO, S; CEZAR, M.F. Características quantitativas de carcaça de ovinos Santa Inês confinados alimentados com rações contendo diferentes níveis de caroço de algodão integral. In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA, **Anais...**, v.37, n.6, p. 1116, Junho/2008.

DIAS, M.J; DIAS, D.S.O; BRITO, R.A.M. Potencialidades da produção de ovinos de corte em Goiais. In: SIMPOSIO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE MELHORAMENTO ANIMAL, Ed.5 2004. **Anais...** Pirassununga: Sociedade Brasileira de Melhoramento Animal. Julho/2004. CD-ROOM.

FARIAS, G.A.; MORAIS, O.R.; GUIMARÃES, P.H.S. Análises da ovinocaprinocultura no norte e no nordeste de Minas Gerais. SEBRAE – MG. FAMEG; EMATER – MG. Belo Horizonte, 2004. Disponível em : <http://www.sebraemg.com.br/arquivos/Coopere_para_crescer/geor/diagnostico/ovino-caprino-cultura.pdf>. Acesso em: 25 março. 2013.

FRESCURA, R.B.M.; PIRES, C.C.; ROCHA, M.G. da; SILVA, J.H.S. da; MÜLLER, L. Sistemas de Alimentação na Produção de Cordeiros para Abate aos 28 kg. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Maringá – PR, maio/2005.

GONZAGA NETO, S; SILVA SOBRINHO, A.G; ZEOLA, N. M. B. L; MARQUES, C.A.T; SILVA, A.M.A; PEREIRA FILHO, J.M. características quantitativas da carcaça de cordeiros deslanados Morada Nova em função da relação volumoso:concentrado na dieta. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Viçosa, v.35, n.4, p.1487 Julho/Agosto 2006

GOUVEIA, A.M.G; ARAÚJO, E.C; ULHOA, M.F.P de. **Instalações para criações de ovinos tipo corte nas regiões centro-oeste e sudeste do Brasil**. Série SENAR/MT-64, Brasília-DF, LK Editora e Comunicação 2007, 100p.

GOUVEIA, A.M.G.; ESPESCHIT, C.J.B.; TARTARI, S.L. **Manejo reprodutivo de ovinos de corte nas regiões Centro-Oeste, Norte e Sudeste do Brasil**. – Série SENAR/MT – 83, Brasília – DF, LK Editora, 2009, 95p.

GOUVEIA, A.M.G.; HADDAD, J.P.A.; RIBEIRO, J.G.B.L. Viabilidade econômica da criação de ovinos de corte nas regiões Centro-Oeste e Sudeste Série SENAR/MT 61, Brasília – DF. LK Editora e Comunicação 2006, 52p.

HOLANDA JUNIOR, E.V.; SÁ, J.L.; ARAÚJO, G.G.L. de. **Articulação dos Segmentos da Cadeia Produtiva de Caprinos e Ovinos – Os Fluxos Alternativos de Comercialização**. Petrolina-PE, 2003 Disponível em : <<http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/CPATSA/27430/1/OPB988.pdf>> Acesso em 24 de março de 2013.

LARA, V.; CARRER, C. da C.; GAMEIRO, A.H.; FIRETTI, R. **O mercado nacional da ovinocultura.** Disponível

<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=produtividade%20ovina%20no%20brasil%20e%20mundo&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0CD8QFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.abz.org.br%2Ffiles.php%3Ffile%3Ddocumentos%2FVivian___work_ovino_278887423.pdf&ei=TBF8UZTgLajI0gHVpoCYCA&usg=AFQjCNGpQOGWG4Dsb8FT2sGw-g7alITa6w&bvm=bv.45645796,d.dmQ> Acessado em 23 de Maio de 2013.

LEITE, R.E. **O agronegócio das peles caprina e ovina Embrapa Gado de Corte.** Sobral 2013. Disponível em:

<www.cnpqc.embrapa.br/publicacoes/doc/doc127/05agronegocio.html> Acesso em: 27 de Maio de 2013.

MADRUGA, M.S. **Qualidade da carne de caprinos e ovinos nativos do nordeste do Brasil. Pequenos ruminantes na América do Sul: situação atual e perspectivas.** Recife, 2007.178p

MARTINS,E.C; GARAGORRY, F.L; CHAIB FILHO, H. **Evolução da ovinocultura brasileira no período de 1975 á 2003.** Comunicado técnico on line. Sobral-CE, dez.2005. Disponível em: <[HTTP://www.cnpqc.embrapa.br/admin/pdf/04200121505.cot67.pdf](http://www.cnpqc.embrapa.br/admin/pdf/04200121505.cot67.pdf)>. Acesso em 08 de Março de 2013.

MARTINS, E.C. **Ovinocultura no Brasil: Novas fronteiras.** Embrapa Caprinos. Dez. 2006. Disponível em: <<http://www.portaldoagronegocio.com.br/conteudo.php?id=23380>>. Acesso em: 31 de Maio de 2013.

MONTEIRO NETO, A. **Informações de mercado sobre caprinos e ovinos, 2005.** Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (SEBRAE), Setembro/2005.

MOTTA, I, G. **Manual Como Elaborar um Plano de Marketing,** 2005. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (SEBRAE/MG), Belo Horizonte, 2005, 92p.

NOCCHI, E.D.G. **Os efeitos da crise da lã no mercado internacional e os impactos socio-econômicos no município de Santana do Livramento-RS-Brasil.** 2001. 74p. Dissertação (Mestrado em integração e cooperação internacional), Centro de estudos em relaciones internacionales de rosário - universidade nacional de rosario – argentina, 2001.

NOGUEIRA, E.A.; NOGUEIRA Jr., S. **Ovinos e caprinos avançam em São Paulo.** Instituto .de Economia Agrícola. São Paulo, 2005. Disponível em:<<http://www.iea.sp.gov.br/OUT/verTexto.php?codTexto=4136>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

OLIVEIRA, M.A. de. **Lucratividade de ovinos mestiços Santa Inês x Pantaneiros em pastejo com concentrado,** 2011. 38p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado – Zootecnia), Universidade do Estado de Mato Grosso, Pontes e Lacerda-MT, 2011.

OLIVEIRA, M.V.M de; PÉREZ, J.R.O; ALVES, E.L; MARTINS, A.R.V; LANA, R.P. Rendimento de Carcaça, Mensuração e peso de corte comerciais de cordeiros Santa Inês e Bergamácia alimentados com dejetos de suínos em confinamento. **Revista Brasileira de Zootecnia.** Viçosa, v.31, p. 1451-1558, Junho 2002.

PINHEIRO, R.S.B; SILVA SOBRINHO, A.G; SOUZA, H.B.A; YAMAMOTO, S.M. Características sensoriais de carne de ovino de diferentes categorias. In: REUNIÃO NACIONAL DE ENSINO DE ZOOTECNIA, Ed. 12., 2006, PERNANBUCO. **Anais...** PERNANBUCO: ZOOTEC 2006.

PINHEIRO, R.S.B; SILVA SOBRINHO, A.G; SOUZA, H.B.A; YAMAMOTO, S.M. Informações nutricionais de carne ovinas em rótulos comerciais, comparativamente as obtidas em análises laboratoriais. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, Campinas, 2007. v.27, n.2, p.377, Junho 2007.

PINDYCK, R.S; RUBINFELD, D.L. **Microeconomia**. 6.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006. 672p.

POLL, H; VENCATO, A. Z; KIST, B. B; SANTOS, C.; REETZ, E. R; BELING, R. R. **ANUARIO BRASILEIRO DA PECUARIA 2011**. Santa Cruz do Sul: Ed Gazeta Santa Cruz, 2011 p. 101 e 104

REIS, F.A. Atualidades na criação de ovinos no Brasil central. In: FEIRA INTERNACIONAL DE CAPRINOS E OVINOS: Difusão de conhecimentos e tendências para a evolução da ovinocaprinocultura. In: Congresso Internacional FEINCO Ed.4, 2009, São Paulo, **Anais...** São Paulo: Embrapa caprinos e ovinos, 2009. Disponível em: <<http://www.sheepembryo.com.br/files/artigos/171.pdf>>. Acesso em: 07 de Abril de 2013.

RIBEIRO, M.N.; PIMENTA FILHO, E.C.; CRUZ, G.R.B.; BARROS, E.A.; SILVA, N.M.V. da. **Melhoramento e conservação de pequenos ruminantes no Brasil. Pequenos ruminantes no Brasil: situação atual e perspectivas**. Recife, 2007. 178p.

RIBEIRO, C. **Sistema de Criação de Ovinos nos Ambientes Ecológicos do Sul do Rio Grande Do Sul; Importância sócio-econômica**. Embrapa pecuária sul. Sistemas de produção II. Versão eletrônica. Agosto 2008. Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Ovinos/CriacaoOvinosAmbienteScolgicosSulRioGrandeSul/importancia.htm>>. Acessado em: 16 de maio de 2013.

ROCHA, R.A **Sistemas de produção x qualidade de carne ovina**. 2011. Curso de pós graduação em zootecnia. Nutrição e produção animal. Disciplinas: métodos de avaliação de qualidade de carnes-faculdade de medicina veterinário e zootecnia Botucatu-SP, 2011. Disponível em: <<http://dgta.fca.unesp.br/carnes/alunos%20PG/Zootecnia/roca328.pdf>> acessado em: 13 abril 2013.

ROTA, E.L.; OSÓRIO, M.T.M; OSÓRIO, J.C.S; OLIVEIRA, M.M de; WIEGAND, M.M; MENDONÇA, G de; ESTEVES, R.M; GONÇALVES, M. Influência da castração e da idade de abate sobre as características subjetivas e instrumentais da carne de cordeiro. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Viçosa, v.35, n.6, p.2397-2405, 2006.

SANDOVAL JUNIOR, P. **Manual de criação de caprinos e ovinos**, 2011, Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco (Codevasf), Brasília, 2011. 142 p.

SANTHANNA, S. **Mato Grosso registra crescimento no consumo da carne ovina**, 2010. Disponível em: < <http://www.mtregional.mt.gov.br/conteudo.php?sid=5&cid=444>> Acesso em: 03 de Abril de 2013.

SANTOS, C.L dos. **Montagem de Pequeno Abatedouro e cortes comerciais de ovinos**. Série ovinocultura – manual N° 415. CPT – Centro de Produções Técnicas. Viçosa, 2002, 120p.

SANTOS, R. dos. **Passado, presente e futuro. Criação da Cabra e da Ovelha no Brasil**. Ed. Agropecuária Tropic LTDA, 2004. 496p.

SILVA SOBRINHO, A.G. Aspectos quantitativos e qualitativos da produção de carne ovina. In: A PRODUÇÃO ANIMAL NA VISÃO DOS BRASILEIROS. Sociedade Brasileira de Zootecnia (SBZ), 2001, Piracicaba. **Anais...**Piracicaba: FEALQ, 2001. p.458, 2001.

SILVA SOBRINHO, A.G. da; BATISTA, A.M.V.; SIQUEIRA, E.R. de; ORTOLANI, E.L.; SUSIN, I.; SILVA, J.F.C. da; TEIXEIRA, J.C.; BORBA, M.F.S. **Nutrição de ovinos**. Embrapa Caprinos e Ovinos. 1996, 258p.

SILVEIRA, H.S. **Coordenação na Cadeia Produtiva de Ovinocultura: o Caso do Conselho Regulador Herval Premium**. 2005. 104p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

-
SIMPLÍCIO, A.A.; SIMPLÍCIO, K.M.M.G. Caprinocultura e ovinocultura de corte: desafios e oportunidades. **Revista Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV)**. Brasília, DF, 2006. p 7-18.

SIQUEIRA, E.R. **Criação de ovinos deslanados**. Manual, Viçosa-MG: CPT (Centro de produções técnicas), 2003. 110p.

SIQUEIRA, E.R; FERREIRA, R.G.S; FERREIRA, D.G.S. **Produção Intensiva de Cordeiros**, Serie Criação de ovinos- CPT- Centro de Produções Técnicas. Viçosa, 2008, 266p.

SIQUEIRA, E.R. **Raças e cruzamentos de ovinos**. Série Ovinocultura – manual N° 310. CPT – Centro de Produções Técnicas. Viçosa, 2001, 48p.

SOUZA, D. A. **Carne ovina: produção doméstica e importações em 2008**. Farmpoint, 2008. Disponível em: <<http://www.farmpoint.com.br/?noticiaID=47320&actA=7&areaID=1&secaoID=2>>. Acesso em: 29 Abril 2013.

SORIO, A. **Sistema agroindustrial da carne ovina: o exemplo do Mato Grosso do Sul**” Passo Fundo: Méritos, 2009. - 109 p.

TATIT, L.T; SILVA, F.L.S.P. **Cordeiro bem manejado garante carne de qualidade**. PROJEPEC- Pojetos e consultoria agropecuária. Disponível em: <www.projepec.com.br> Acesso em 11 de Março de 2013.

VIANA, J.G.A. Panorama Geral da Ovinocultura no Mundo e no Brasil. **Revista Ovinos**, Ano 4, N° 12, Porto Alegre, Março de 2008.

VIANA, J.G.A.; WAQUIL, P.D.; SPOHR G. Evolução histórica da ovinocultura no rio grande do sul: comportamento do rebanho ovino e produção de lã de 1980 a 2007. **Revista Extensão Rural**, DEAER/PPGExR – CCR – UFSM, Ano XVII, nº 20, Jul – Dez de 2010.

ZEOLA, N.M.B.L. **Influencia da alimentação nas características quantitativas da carcaça e qualitativa da carne de cordeiros Morada Nova**. 2002. 65p. Dissertação (Mestrado em zootecnia)- Universidade estadual paulista- Jaboticabal, 2002.

APÊNDICE A – Questionário aplicado aos consumidores

UNEMAT – Departamento de Zootecnia
“Organização da Cadeia Produtiva da Ovinocultura”
ENTREVISTA: Consumidores

1 – Entrevistadora:

2 – Data da Entrevista:

3 -Locais das Entrevistas:

BLOCO 1 – Características do Entrevistado

- 1) Nome:
- 2) Endereço:
- 3) Contatos:
- 4) Gênero:
 - a. Masculino ()
 - b. Feminino ()
- 5) Qual seu grau de instrução?
 - a. Analfabeto ()
 - b. Sabe ler e escrever ()
 - c. Básico ()
 - d. Ensino médio incompleto ()
 - e. Ensino médio completo ()
 - f. Ensino Superior Incompleto ()
 - g. Ensino Superior Completo ()
 - h. Técnico ()
- 6) Qual a renda mensal do domicílio ?
 - a. Até um salário mínimo ()
 - b. Entre um a dois salários mínimos ()
 - c. Entre dois a três salários mínimos ()
 - d. Mais que três salários mínimos ()
- 7) Qual sua idade?
- 8) Qual sua profissão?
- 9) Consome carne (bovina, suína ovina e aves)?
 - a. Sim ()
 - b. Não ()
- 10) Consome carne ovina?
 - a. Sim ()
 - b. Não ()

BLOCO 2 – Caracterização do Consumo

- 11) O Sr. acredita que a carne ovina comprada diretamente do produtor rural, quando comparada com aquela comprada no açougue ou supermercado é de qualidade ...
 - a. Melhor ()
 - b. Pior ()
 - c. Igual ()
- 12) Que nota, entre 0 a 10, o Sr. daria aos diferentes tipos de carne listados abaixo [de acordo com o gosto ou preferência do entrevistado; não considerar outros fatores – preço, facilidade de encontrar no mercado, facilidade de preparo, etc.]:

- a. ☐ bovina
- b. ☐ suína
- c. ☐ aves
- d. ☐ ovina
- e. ☐ peixe

13) Qual a frequência e consumo [Número de vezes por período (semana, mês, ano, etc)] ?

- a. Dias ☐
- b. Semanas ☐
- c. Meses ☐
- d. Semestres ☐
- e. Anos ☐

14) Aonde consome a carne ovina consumida?

- a. Própria residência ☐
- b. Restaurantes ☐
- c. Bares ☐
- d. Casa de amigos ou parentes (X)
- e. Outros ☐

Especificar outros:

15) Aonde compra a carne ovina?

- a. Direto do produtor ☐
- b. Açougue ☐
- c. Feira livre ☐
- d. Supermercado ☐

16) Qual grau de confiança o Sr. atribui ao produto que consome?

- a. Considero o produto totalmente seguro ☐
- b. Considero um produto que oferece baixo risco ao consumo (infecção alimentar) ☐
- c. Considero um produto que oferece grande risco ao ser consumido ☐

17) Quais as ocasiões de consumo?

- a. Churrasco ☐
- b. Festa de fim de ano ☐
- c. Confraternizações ☐
- d. Dia a dia ☐
- e. Outros ☐

SE NÃO CONSOME

18) Não consome mais carne ovina por quê?

- a. Não tenho hábito de consumo ()
- b. Não consumo POIS o gosto não me agrada ()
- c. Não consumo devido preço elevado ()
- d. É difícil encontrar o produto no mercado ()
- e. Não sei como prepará-lo ()
- f. Acho difícil de prepará-lo ()
- g. O produto tem origem duvidosa ()
- h. Outros ()

Especificar outros: