

<https://doi.org/10.22256/pubvet.v12n5a96.1-6>

## A percepção do consumidor de carne ovina e caprina no município de Olho d'Água – PB

Rosa Maria dos Santos Pessoa<sup>1</sup> , Glayciane Costa Gois<sup>2\*</sup> , Anderson Antônio Ferreira da Silva<sup>3</sup> , Joyanne Mirelle de Sousa Ferreira<sup>1</sup> , Alex Gomes da Silva Matias<sup>4</sup> , Fleming Sena Campos<sup>5</sup> , Cristina Aparecida Barbosa de Lima<sup>3</sup> , Raiany Meirelli dos Anjos Rodrigues<sup>6</sup> , Luana de Fátima Damasceno dos Santos<sup>7</sup> 

<sup>1</sup>Universidade Federal de Campina Grande, Departamento de Zootecnia. Patos – PB, Brasil. E-mail: [rosapessoa@gmail.com](mailto:rosapessoa@gmail.com); [joyanne.sousa@hotmail.com](mailto:joyanne.sousa@hotmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal do Vale do São Francisco, Programa de Pós-Graduação em Ciências Veterinárias no Semiárido. Petrolina - PE, Brasil. E-mail: [glayciane\\_gois@yahoo.com.br](mailto:glayciane_gois@yahoo.com.br)

<sup>3</sup>Universidade Federal da Paraíba, Departamento de Zootecnia. Areia - PB, Brasil. E-mail: [andersonmeteorologia@gmail.com](mailto:andersonmeteorologia@gmail.com); [cristinazootecnia@gmail.com](mailto:cristinazootecnia@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal do Vale do São Francisco, Programa de Pós - Graduação em Ciência Animal. Petrolina - PE, Brasil. E-mail: [asilvamatiass@bol.com.br](mailto:asilvamatiass@bol.com.br)

<sup>5</sup>Universidade Federal Rural de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Ciência Animal e Pastagens. Garanhuns - PE. E-mail: [flemingcte@yahoo.com.br](mailto:flemingcte@yahoo.com.br)

<sup>6</sup>Universidade Federal da Paraíba, Departamento de Biologia. Areia - PB, Brasil. E-mail: [raianymeirelli@gmail.com](mailto:raianymeirelli@gmail.com)

<sup>7</sup>Universidade Estadual da Paraíba, Departamento de Ciências Agrárias e Ambientais. Lagoa Seca – PB, Brasil. E-mail: [luana\\_jppb@yahoo.com.br](mailto:luana_jppb@yahoo.com.br)

\*Autor para correspondência.

**RESUMO.** Objetivou-se avaliar o consumo de carnes caprinas e ovinas no município de Olho d'Água - Paraíba. Foram aplicados 80 questionários contendo 12 perguntas sobre: sexo, idade, estado civil, renda mensal, escolaridade, consumo, motivos de não consumir, frequência de consumo, local de compra, influencia na compra, preferência pelo tipo de corte e consumo de buchada. Os resultados mostraram que a maioria dos entrevistados é do sexo feminino (62,5%), com idade variando entre 16 e 30 anos (81,25%), renda mensal de 260 a 500 reais (48,75%) e ensino médio completo (37,5%). 62,5% dos entrevistados consomem carne caprina e ovina, os que não consomem caprino/ovina alegaram que estas carnes são gordurosas (65%), apresentando um “ranço”. 53% dos entrevistados consomem carnes caprinas e ovinas semanalmente. A feira livre (45,30%) é o principal local de compra. O preço (45,27%) é o fator que mais exerce influência na hora da compra. O corte traseiro (pernil) é o preferido pelos entrevistados (39,44%). Em relação a buchada, 61% dos entrevistados a apreciam enquanto 39% não gostam desta iguaria. Desse modo, conclui-se que as carnes caprinas e ovinas são bastante consumidas pela população de Olho d'Água - PB. Incentivos devem ser realizados com o intuito de aumentar o consumo, através de divulgações da qualidade nutricional e do benefício que esse produto traz a saúde humana.

**Palavras-chave:** cadeia produtiva, ovinocaprinocultura, produto de origem animal

### *The perception of the consumer of sheep and goat meat in the municipality of Olho d'Água - PB*

**ABSTRACT.** The objective was to evaluate the consumption of goat and sheep meat in the municipality of Olho d'Água - Paraíba. A total of 80 questionnaires containing 12 questions about sex, age, civil status, monthly income, schooling, consumption, reasons for not consuming, frequency of consumption, place of purchase, influence on purchase, preference for type of cut and consumption of “buchada” were applied. The results showed that the majority of respondents were female (62,5%), ranging in age from 16 to 30 years (81,25%), monthly income from R\$ 260 to 500 (48,75%) and high school complete (37,5%). 62,5% of the interviewees consume goat and sheep, those who do not consume goat/sheep claimed that these meats are greasy (65%), presenting a "rancid". 53% of the interviewees consume sheep and goats weekly. The free market (45,30%) is the main place

of purchase The price (45,27%) is the factor that most influences the time of purchase. The cut back (shank) is preferred by the interviewees (39,44%). Regarding "buchada", 61% of respondents appreciate it while 39% do not like this delicacy. Thus, it can be concluded that goats and sheep are very consumed by the population of Olho d'Água - PB. Incentives should be carried out with the aim of increasing consumption through the dissemination of nutritional quality and the benefit that this product brings to human health.

**Keywords:** production chain, sheep and goat farming, product of animal origin

## *La percepción del consumidor de carne ovina y caprina en el municipio de Olho d'Água – Brasil*

**RESUMEN.** Se objetivó evaluar el consumo de carnes caprinas y ovinas en el municipio de Olho d'Água - Paraíba. Se utilizaron 80 cuestionarios que contenían 12 preguntas sobre: sexo, edad, estado civil, ingresos mensuales, escolaridad, consumo, motivos de no consumir, frecuencia de consumo, lugar de compra, influencia en la compra, preferencia por el tipo de corte y consumo de viseras comestibles. Los resultados mostraron que la mayoría de los entrevistados es del sexo femenino (62,5%), con edad variando entre 16 y 30 años (81,25%), ingreso mensual de 260 a 500 reales (48,75%) y educación media (37,5%). El 62,5% de los entrevistados consumen carne caprina y ovina, los que no consumen caprino / ovina alegaron que estas carnes son grasas (65%), presentando un "rancio". El 53% de los entrevistados consumen carnes caprinas y ovinas semanalmente. La feria libre (45,30%) es el principal lugar de compra El precio (45,27%) es el factor que más influye en la hora de la compra. El corte trasero (pernil) es el preferido por los entrevistados (39,44%). En relación a la buchada, el 61% de los entrevistados la aprecian mientras 39% no les gusta esta delicia. De este modo, se concluye que las carnes caprinas y ovinas son bastante consumidas por la población de Olho d'Água - PB. Incentivos deben ser realizados con el propósito de aumentar el consumo, a través de divulgaciones de la calidad nutricional y del beneficio que ese producto trae la salud humana.

**Palabras clave:** cadena productiva, producción ovina, producto de origen animal

### **Introdução**

A carne apresenta-se juntamente com o leite e os ovos como o alimento de melhor composição nutricional para o ser humano. Possui proteínas de alto valor biológico tanto no aspecto qualitativo como quantitativo. Rica em aminoácidos essenciais, de forma balanceada, supre aproximadamente 50% das necessidades diárias de proteína do ser humano ([Albuquerque et al., 2017](#)).

Na busca por alimentos mais saudáveis a maior exigência em relação a qualidade dos produtos está direcionada parte do nicho de mercado a consumir carnes de melhor qualidade nutricional e sensorial. O consumo de carnes caprinas e ovinas pelos brasileiros é menor quando comparados ao de outras carnes como bovinas, suínas e aves, no entanto, em grandes centros urbanos principalmente na região Sudeste, observa-se um aumento no consumo destas carnes. Para que esse quadro possa continuar, o produtor tem que se preocupar cada vez mais em oferecer ao mercado um produto de qualidade, principalmente quanto

às características físico-químicas e sensoriais da carne ([Vieira et al., 2010](#)).

O consumo médio de carne ovina e caprina/pessoa/ano no Brasil ainda é baixo quando comparado a países do primeiro mundo. Estudos realizados mostram resultados de consumo de 700 gramas/pessoa/ano, para o Brasil, enquanto que o consumo em países do primeiro mundo varia de 20 a 28 kg/pessoa/ano. Apenas nos últimos anos a carne caprina e ovina está sendo encontrada em supermercados, açougues e restaurantes finos das grandes cidades, quebrando o paradigma do consumo apenas rural e em pequenas cidades do interior ([Sansón & Santos, 2009](#)).

Durante muitos anos a comercialização da carne caprina e ovina foi desorganizada, com abates realizados clandestinamente e de forma incorreta, levando a comercialização de carnes com qualidade inferior, criando uma imagem desfavorável ao produto. O incentivo para que haja planejamento adequado começa por um estudo de mercado, a avaliação deve incluir ainda como conquistar o consumidor que

tradicionalmente não consome carne caprina ou ovina. Conquistar significa investir em um sistema de produção que possibilite a obtenção do produto com as qualidades exigidas. Devem-se também focar no marketing nas carnes dessas espécies, focando principalmente nos benefícios que as mesmas podem proporcionar, como sendo reconhecida como uma das carnes vermelhas de menor teor de colesterol e as duas preferidas pela qualidade de boa digestibilidade ([Carneiro et al., 2012](#)).

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. Este fato compromete os resultados econômicos dos sistemas de produção ([Carvalho et al., 2016](#)). Desse modo, objetivou-se avaliar o consumo de carnes caprinas e ovinas no município de Olho d'Água - Paraíba.

### Material e Métodos

Foi realizada uma pesquisa estilo "Survey", a qual é utilizada para a obtenção de informações por intermédio de uma entrevista com os participantes, onde são feitas perguntas acerca do tema que se está estudando por meio da aplicação de um questionário estruturado para obter uma padronização do processo de coleta de dados ([Francisco et al., 2007](#)).

A pesquisa foi desenvolvida na cidade de Olho d'Água, Paraíba, por meio da aplicação de questionários, durante os meses de maio e junho de 2017. Inicialmente foi elaborado um questionário de múltipla escolha composto de 12 perguntas, onde foram abordados vários aspectos do consumo de carne caprina e ovina. O questionário foi aplicado por entrevistadores que abordavam os consumidores em portas de supermercado, açougue, feiras livres e repartições públicas. No total, foram realizadas 80 entrevistas completas.

Não foram abordadas crianças nem adolescentes. As entrevistas aconteceram em dias alternados da semana. A abordagem deste trabalho foi puramente quantitativa, com o intuito de mostrar em números a existência de um fato, a proporção em que ele ocorre, na nossa sociedade.

As perguntas permitiram verificar aspectos inerentes ao perfil do consumidor, tais como sexo, idade, estado civil, renda mensal, escolaridade, consumo, motivos de não consumir, frequência de consumo, local de compra, influencia na compra,

preferência pelo tipo de corte e o consumo da "buchada". Para tabulação dos dados, foi feito o uso de uma planilha,

Para tabulação dos dados, foi feito o uso de uma planilha do aplicativo Excel (2010), sendo os resultados expressos em porcentagens.

### Resultados e Discussão

Como ferramenta operativa, a aplicação de questionários em pesquisas de investigação sistemática é amplamente utilizada para caracterizar a opinião de uma dada população sobre um assunto específico. Desta forma, este processo auxilia o pesquisador no acesso a eventos já ocorridos, elaboração de perfis de consumo e comportamento, além das aplicações de diversos diagnósticos. É importante analisar as limitações que esse tipo de pesquisa está sujeita, decorrente do tamanho da amostra utilizada, da falta de método estatístico de amostragem mais apropriada, da variabilidade das interpretações na realização da pesquisa e seleção dos questionamentos. Neste sentido, esta ferramenta limita as generalizações, contudo não invalida a pesquisa como sinalizadora de tendências ([Kirinus et al., 2013](#)).

Dos consumidores entrevistados 37,5% foram do sexo masculino e 62,5% do sexo feminino. 81,25% possuía uma faixa etária entre 16 a 30 anos e 18,75% com idade entre 31 a 45 anos, 51,64% eram casados, com renda mensal variando entre 1 salário mínimo (48,75%) à mais de 2 salários mínimos (13,75%). 37,5% dos entrevistados concluíram o ensino médio e 8,75% possuem algum curso superior ([Tabela 1](#)).

A predominância de pessoas casadas do sexo feminino possivelmente está associada ao fato de as mulheres, no âmbito familiar, serem as principais responsáveis pela compra de alimentos. Verificou-se que a maior participação de pessoas com renda familiar de um a dois salários mínimos relaciona-se com o seu nível de escolaridade. O perfil dos consumidores estudados confirma que as pessoas com menor renda tendem a fazer compras com maior frequência (em sua maioria realizam a compra semanalmente), o que difere do comportamento daquelas com maior renda familiar.

Quando os entrevistados foram questionados sobre o consumo de carne caprina/ovina, 62,5% responderam que a consomem. Os entrevistados que não consomem caprina/ovina alegaram que o motivo do não consumo é devido a carne ser

gordurosa (45%), apresentando um “ranço” (Tabela 2). Segundo Costa et al. (2008), a deposição e distribuição de gordura corporal nos caprinos e ovinos influenciam a aceitabilidade das carnes.

**Tabela 1.** Perfil dos consumidores questionados no município de Olho d’Água – Paraíba.

Perfil do consumidor	Total inquiridos n = 80 % = 100
<b>Sexo</b>	
Masculino	37,5
Feminino	62,5
<b>Idade</b>	
16-30 anos	81,25
31-45 anos	18,75
46-59 anos	0
Acima de 60 anos	0
<b>Estado Civil</b>	
Solteiro	43,33
Casado	51,64
Divorciado	2,45
Viuvo	2,58
<b>Renda mensal</b>	
1 salário mínimo	48,75
2 salários mínimos	37,5
Acima de 2 salários mínimos	13,75
<b>Escolaridade</b>	
Fundamental completo	12,5
Médio completo	37,5
Fundamental incompleto	0
Médio incompleto	28,75
Superior	8,75
Superior incompleto	12,5

De acordo com Constantino et al. (2018), o mercado consumidor de carne caprina e ovina ainda é bastante reduzido, devido em parte, às características sensoriais desagradáveis como sabor e odor ativos. Outro fator importante, é que a palatabilidade e aceitabilidade da carne ovina varia muito entre diferentes populações com diferentes crenças e tradições.

Diferente da carne bovina e suína, carnes caprinas e ovinas não apresentam restrições culturais ou tabus. Entretanto, muitas pessoas as evitam devido ao odor e aromas característicos durante o cozimento. Young et al. (1994), citam que em alguns países o odor das carnes caprinas/ovinas é bastante apreciado ou então são mascarados com temperos e ervas, entre estes

estão o Kuwait, Arábia Saudita, Líbia, entre outros, o consumo *per capita* destes países é de 35, 21 e 18 kg/pessoa/ano, respectivamente.

Quando os consumidores forem interrogados sobre com que frequência em que consomem carne caprina/ovina, 53% dos entrevistados afirmaram que a consomem semanalmente, sendo a feira livre (45,30%) considerada o principal local de compra, seguidos pelo supermercado (30,64%) e direto do produtor (24,06%). O preço (45,27%) e a garantia de qualidade/procedência (38,36%) apresentam grande importância no momento da compra, o que possivelmente está relacionado à decisão de onde irá comprar a carne.

**Tabela 2.** Preferência dos consumidores de carne ovina e caprina no município de Olho d’Água – PB

Perfil do consumidor	Total inquiridos n = 80 % = 100
<b>Consumo de carne caprina/ovina</b>	
Sim	62,5
Não	37,5
<b>Motivos de não consumir</b>	
Gordura/Ranço	45
Odor	35
Sabor	20
<b>Frequência de consumo</b>	
Semanalmente	53
Quinzenalmente	39
Raramente	6
Nunca comeu	2
<b>Local de compra</b>	
Supermercado	30,64
Feira livre	45,30
Direto do produtor	24,06
<b>Influência na compra</b>	
Preço	45,27
Procedência	38,36
Odor	16,37
<b>Preferência pelo tipo de corte</b>	
Corte traseiro (Pernil)	39,44
Corte dianteiro (Paleta)	18,66
Costela	16,32
Lombo	22,58
Não importa	3
<b>Consumo de buchada</b>	
Gosta	61
Não gosta	39

Kaur (2010), constatou uma tendência dos consumidores em adquirir o produto em pontos de

venda mais populares, onde o custo tende a ser menor. Isso pode ser ocasionado por fatores culturais, como tradição passada de pai para filho, o fator renda e também o contato direto com o vendedor e/ou produtor, o que gera uma certa confiança entre o consumidor e o fornecedor, podendo nesse tipo de contato serem retiradas informações quanto a procedência do produto cárneo. [Firetti & Oliveira \(2010\)](#) constataram que 32% compram (ou comprariam), preferencialmente, a carne de ovinos em supermercados e 33,6% em açougues ou boutiques de carne, enquanto 20% diretamente de produtores.

[Lucena et al. \(2008\)](#) em sua pesquisa de mercado realizada no Estado do Mato Grosso do Sul, concluíram que a frequência de consumo de carne ovina é considerada baixa e está associada ao alto preço do produto, pouca informação ao consumidor dos seus valores nutricionais, restrição orçamentária dos indivíduos e à grande diversidade de bens substitutos disponíveis no mercado. [Castro Júnior \(2017\)](#) em seus estudos sobre o consumo de carne caprina e ovina na região metropolitana do Recife - Pernambuco observou que 46,3% dos entrevistados costumam consumir a carne em casa, 20,4% informaram que consomem costumeiramente em casa de familiares e restaurantes, 10,5% relataram que costumam consumir a carne caprina ou ovina em casa de amigos e um menor percentual dos consumidores (2,5%) relatou consumir em outros locais não especificados. Essas informações confirmam que o consumo da carne ovina é maior nas cidades estudadas da região Nordeste.

Os cortes de maior valor comercial das carcaças caprinas e ovinas são pernil, paleta e lombo. Verificou-se que entre os entrevistados, o pernil (corte traseiro) foi considerado o corte preferido (39,44%), seguido pelo lombo (22,58%), paleta (corte dianteiro) (18,66%) e costela (16,32%). Apenas 3% dos entrevistados alegaram não se importar pelo tipo de corte.

A buchada é um prato “típico” bastante apreciado na região Nordeste. Trata-se de um produto elaborado a partir de vísceras comestíveis de caprinos e ovinos (coração, rins, fígado, pulmões, intestinos e rúmen, além do sangue), os quais, geralmente, são pouco aproveitados. Essa iguaria apresenta grande importância comercial, uma vez que o rendimento da buchada atinge valores da ordem de 15 a 20% do peso do animal ao abate, o qual quando convertido em rendimento

financeiro pode atingir valores de até 25% da receita obtida com a comercialização das carcaças caprinas ou ovinas ([Nollet & Toldrá, 2011](#)). Na presente pesquisa, 61% dos entrevistados apreciam o consumo da buchada enquanto 39% não gostam desta iguaria.

O mercado de carne caprina e ovina tem grande potencial de crescimento, considerando os mercados interno e externo, nos quais tem se observado aumento na taxa de consumo. Esse aumento está associado a melhorias nas condições de abate e maior disponibilidade de categorias jovens, que necessitam ser mais bem explorados para atenderem a demanda em quantidade e qualidade.

## Conclusões

As carnes caprinas e ovinas são bastante consumidas pela população de Olho d'Água - PB. Incentivos devem ser realizados com o intuito de aumentar o consumo, através de divulgações da qualidade nutricional e do benefício que esse produto traz a saúde humana.

## Referências bibliográficas

- Albuquerque, I. R. R., Gois, G. C., Campos, F. S., Silva, T. S. & Matias, A. G. S. 2017. Pesquisa de mercado: Hábitos de compra e consumo de carne em Senhor do Bonfim – Bahia. *Revista Eletrônica Nutritime*, 14, 5024-5209.
- Carneiro, W. P., Lima Júnior, A. C., Pimenta Filho, E. C., de Azevedo, P. S., de Moura, J. F. P., da Silva, J. V., . . . Oliveira, F. G. 2012. Abate e Forma de Comercialização da Carne Caprina e Ovina na Paraíba. *Revista Científica de Produção Animal*, 14(1), 98-101.
- Carvalho, G. A., Albuquerque, C. C., Sousa, A. M., Leite, E. R., Landim, A. V. & Gomes, T. C. L. 2016. Caracterização do mercado da carne ovina em Sobral, estado do Ceará. *Informações Econômicas*, 46, 5-15.
- Castro Júnior, A. C. 2017. Perfil do consumidor de carne caprina e ovina na região metropolitana do Recife.
- 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.
- Costa, R. G., Cartaxo, F. Q., dos Santos, N. M. & Queiroga, R. C. R. E. 2008. Carne caprina e

- ovina: composição lipídica e características sensoriais. *Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal*, 9(3).
- Firetti, R. & Oliveira, D. S. E. 2010. Características e preferências do consumo de carne ovina em cidades do interior do Estado de São Paulo. *Pesquisa e Tecnologia*, 11, 1-8.
- Francisco, D. C., Nascimento, V. P., Loguercio, A. P. & Camargo, L. 2007. Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre. *Ciência Rural*, 37(1), 253-258.
- Kaur, B. 2010. Consumer preference for goat meat in Malaysia: Market opportunities and potential. *Journal of Agribusiness Marketing*, 3, p. 40-55.
- Kirinus, J. K., Fruet, A. P. B., Klinger, A. C. K., Dörr, A. C. & Nörnberg, J. L. 2013. Relação entre faixas de renda e o perfil dos consumidores de carne bovina da região sul do Brasil. *Revista Monografias Ambientais*, 12(12), 2776-2784.
- Lucena, L. P., Michels, I. L., Plens, M., Clemente, T. C. & Kinoshita, K. F. 2008. *Cadeia produtiva da ovinocultura em Mato Grosso do Sul: uma análise de seu sistema de coordenação agroindustrial*. Paper presented at the 46th Congress, July 20-23, 2008, Rio Branco, Acre, Brasil.
- Nollet, L. M. & Toldrá, F. 2011. *Handbook of analysis of edible animal by-products*: CRC Press.
- Sanson, R. M. M. & Santos, S. F. 2009. Qualidade e consumo de carne caprina no Nordeste brasileiro. Farmapoint. Disponível em <<http://www.farmapoint.com.br/radares-tecnicos/qualidade/qualidade-e-co.aspx#>>. Acesso em 25 jan 2018.
- Vieira, T. R. L., Cunha, M. d. G. G., Garrutti, D. S., Duarte, T. F., Félex, S. S. S., Filho, J. M. P. & Madruga, M. S. 2010. Propriedades físicas e sensoriais da carne de cordeiros Santa Inês terminados em dietas com diferentes níveis de caroço de algodão integral (*Gossypium hirsutum*). *Ciência e Tecnologia de Alimentos*, 30(2), 372-377.
- Young, O., Reid, D., Smith, M. & Braggins, T. 1994. Sheepmeat odour and flavour *Flavor of meat and meat products* (pp. 71-97): Springer

**Article History:**

Received 28 February 2018

Accepted 6 March 2018

Available online 3 May 2018

**License information:** This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.