

SALÃO DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XXIX SIC
**UFRGS**
PROPESQ



múltipla 
UNIVERSIDADE
inovadora  inspiradora

Evento	Salão UFRGS 2017: SIC - XXIX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2017
Local	Campus do Vale
Título	A inserção de produtos derivados da carne ovina no mercado
Autor	JULIANA ROTUNNO JUNGES
Orientador	MARCIA DUTRA DE BARCELLOS

A inserção de produtos derivados da carne ovina no mercado

Autora: Juliana Rotunno Junges

Orientadora: Profa. Dra. Marcia Dutra de Barcellos

Instituição de Origem: Universidade Federal do Rio Grande do Sul

No Brasil, a carne ovina ainda é pouco consumida se comparada com outras proteínas animais, seja por falta de oferta, seja por desconhecimento do produto. Conforme a Associação Brasileira de Criadores de Ovinos (Arco), o consumo per capita é de apenas 400 gramas anuais, enquanto que o consumo de aves é de 43,4 quilos por ano. Já a carne bovina e a suína o brasileiro consome, em média, 35 e 15 quilos por ano, respectivamente. Em 2015, 70% da carne ovina consumida no país foi importada, o que mostra que existe espaço no mercado para o aumento da produção local. De modo similar, o baixo consumo demonstra existir um potencial para ampliar a comercialização do produto, fazendo com que alcance outros consumidores. Além disso, nota-se um aumento da demanda pela carne ovina, especialmente a de cordeiro. Todavia, no mercado não se exploram muitas alternativas à carne *in natura*, como o presunto cru, a copa, os hambúrgueres, entre outros. Assim sendo, esse trabalho tem o objetivo de identificar alternativas de produtos derivados da carne ovina que possam ser inseridas ou desenvolvidas no mercado gaúcho. Desse modo, buscou-se avaliar a viabilidade de comercialização, discernindo-se qual seria o público alvo para esses produtos, os pontos de vendas mais eficazes, além da melhor embalagem, rotulagem e como deveria ser a aparência dos produtos. Para a realização da pesquisa, a coleta de dados contou com dois grupos focais, com vinte e cinco participantes provenientes do setor de carne, durante a 38ª edição da Expointer, na cidade de Esteio, Rio Grande do Sul. Cada grupo teve duração de, em média, 60 minutos, sendo que a moderação dos grupos ficou a cargo de Marcia Dutra de Barcellos, orientadora deste trabalho. As gravações foram transcritas pela autora deste trabalho e suas colegas, bem como interpretadas e analisadas com o apoio do *software* NVivo. Além disso, foram coletados dados secundários a fim de enriquecer os resultados da pesquisa. Após a análise das informações, observou-se que os produtos ovinos que teriam maior viabilidade de produção e potencial de venda são o presunto cozido e a copa. Já o quibe, o hambúrguer, a cafta e a linguiça foram referidos como exemplo de produtos existentes e que possuem uma forte demanda. Em relação à comercialização, o consenso geral foi de que seria ideal trabalhar com um mercado de nicho, tanto pela pouca disponibilidade de matéria prima, quanto pela percepção de agregação de valor pela carne ovina. No entanto, alguns participantes também apresentaram a possibilidade de serem ofertados produtos mais acessíveis a um público mais amplo, como a linguiça e o presunto. Além disso, constatou-se que existe um mercado consumidor que está disposto a pagar um preço elevado por este tipo de produto, contanto que exista padronização e sejam observados critérios de qualidade na produção. A respeito do ponto de venda, as *delicatessens* foram mencionadas como o local mais adequado. Todavia, no caso dos produtos com preços mais acessíveis, os participantes não apresentaram um consenso. Já em relação à embalagem e à rotulagem, observou-se a importância de serem atraentes e apresentarem informações sobre a história do produtor e a origem do produto. Sobre a aparência, concluiu-se que deveria ser, tanto quanto possível, similar à de produtos já ofertados e aceitos pelo mercado. Destaca-se ainda que, para que seja possível desenvolver produtos ovinos inovadores de qualidade, também é necessário desenvolver a cadeia produtiva como um todo, principalmente em termos de padronização e quantidade do produto ofertado. Desse modo, os resultados dessa pesquisa podem auxiliar produtores, indústrias e comerciantes que desejam diversificar sua oferta inserindo no mercado produtos inovadores derivados da carne ovina, bem como podem ser usados por entidades setoriais e governamentais para o desenvolvimento do setor.