

134

ANÁLISE DOS CONSUMIDORES DE CARNE OVINA COMERCIALIZADA NO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE. *Juliana Rosa de Araújo, Elísio de Camargo de Bortolli, Tamara Esteves de Oliveira, Angélica Pereira dos Santos, Luciana Fagundes Christofari, Julio Otavio Jardim Barcellos (orient.) (UFRGS).*

O mercado de carne de ovinos no Brasil começa a se diferenciar e apresentar canais de comercialização e distribuição de produtos que visam atender as múltiplas e complexas exigências dos consumidores atuais. Para adequar-se a este novo mercado, objetivou-se nesse trabalho caracterizar quais as características identificadas e significativas para o consumidor quanto aos parâmetros de qualidade e conformidade da carne ovina, bem como compreender o contexto do mercado atual da ovinocultura de corte. O estudo foi desenvolvido através de pesquisa de mercado com consumidores da cidade de Porto Alegre utilizando amostragem aleatória simples. O questionário final foi composto por vinte e oito questões, seguidas de um cabeçalho com a identificação do entrevistador, data, hora e local da realização da entrevista. As questões abordaram temas como a preferência, os hábitos, a frequência de consumo e os locais de compra de carne ovina, ocasião em que se considerava mais apropriado o consumo da carne ovina, preferência de cortes, dificuldades na escolha e compra e atributos de qualidade do produto. A pesquisa de mercado revelou que os preços elevados e o excesso de gordura são as principais dificuldades de compra e escolha do produto, além da falta de diferenciação e padronização dos cortes. O gosto característico e o aumento no consumo com o aumento na oferta foram as informações com maior grau de concordância. Já a associação entre variáveis mostrou tendência de aumento no consumo com o aumento da renda e do nível de instrução dos entrevistados. A imagem da carne ovina foi considerada boa pela maioria dos entrevistados. Outros atributos como sabor, maciez receberam avaliação positiva e o odor foi classificado como forte ou muito forte.