

## **Perfil das carnes bovinas comercializadas por distribuidores, supermercados e casas de carnes em Chapecó – SC**

**Taís Cardoso de Oliveira<sup>1,4</sup>, Karina Aline Mateus<sup>2,4</sup>, Gabriel Zieher<sup>1,4</sup>, Aline Zampar<sup>3,4</sup>, Julcemar Dias Kessler<sup>3</sup>, Moisés Rodrigues dos Santos<sup>2,4</sup>, Diego de Córdova Cucco<sup>3,4</sup>**

**Resumo:** O presente trabalho teve como objetivo caracterizar através de pesquisa direta, o perfil das carnes comercializadas na cidade de Chapecó – SC. Para coleta dos dados foi elaborado um questionário o qual foi utilizado durante a realização da entrevista com o responsável pelo estabelecimento. As perguntas abordavam questões como: local e frequência de compra, tipos de produtos adquiridos (carcaças inteiras, meias carcaças, cortes especiais, dianteiro, traseiro entre outros), peso das carcaças ou peças, cortes mais comprados (com ou sem osso), preferências por corte, gordura, quanto aos animais à preferência por sexo, nutrição, idade e raça e principais reclamações observadas. A ausência de informações sobre qualidade de carne e a busca por carnes com menores valores pelos comerciantes, reduz a opção de escolha do consumidor por carnes com qualidade superior.

**Palavras - chave:** agronegócio, demanda, qualidade

### **Introdução**

Na produção de carne, devemos considerar toda a cadeia de fornecimento para além dos consumidores, que inclui os produtores, processadores, açougueiros, atacadistas e varejistas (Hocquette et al. 2012). Para o mercado interno a carne bovina é fornecida como carcaças inteiras e outra parte como carne desossada e embalada. Esses cortes são vendidos em supermercados e especialmente, churrascarias segundo Ferraz & Felício (2010).

Parte das informações que os consumidores recebem sobre carne e sua qualidade é fornecida através de anúncios, campanhas de informação, rótulos ou marcas (Font-i-Furnols & Guerrero, 2014). Esta pesquisa buscou investigar o perfil das carnes bovinas comercializadas e o nível de conhecimento dos principais distribuidores, supermercados e casas de carnes no município de Chapecó – SC.

### **Material e Métodos**

Os dados foram obtidos a partir da realização de entrevistas e aplicação de questionários junto aos responsáveis dos estabelecimentos. Foram avaliados 14 estabelecimentos relevantes na cidade, sendo 3 distribuidores, 6 casas de carne e 5 supermercados de maior porte no município de Chapecó-SC. O questionário abordava os seguintes itens: local e frequência de compra, forma de pagamento, cortes mais comprados (com ou sem osso), peso das carcaças ou peças, preferências por cor e quantidade de gordura, nutrição, sexo, idade e raça dos animais e principais reclamações observadas.

<sup>1</sup> Acadêmicos do curso de Zootecnia – UDESC, Chapecó/Santa Catarina, Brasil.

<sup>2</sup> Zootecnistas, Mestrandos em Zootecnia – UDESC, Chapecó/Santa Catarina, Brasil.

<sup>3</sup> Professores Doutores do Departamento de Zootecnia – UDESC, Chapecó/Santa Catarina, Brasil. E-mail: [diego.cucco@udesc.br](mailto:diego.cucco@udesc.br)

<sup>4</sup> GMG, Grupo de Melhoramento Genético. [www.gmg.udesc.br](http://www.gmg.udesc.br)

Após o término da pesquisa, os dados obtidos foram organizados em planilhas eletrônicas e devido à grande variação nas respostas, foi utilizada a estatística descritiva e os resultados encontrados foram apresentados em porcentagens facilitando a utilização das informações obtidas.

### **Resultados e Discussão**

Foi observado que os distribuidores, supermercados e casas de carne adquirem principalmente direto de frigoríficos (64,29%). As casas de carnes e supermercados em alguns casos compram dos distribuidores do próprio município (35,71%). A frequência de compra semanal (uma vez por semana) foi citada pela maioria dos estabelecimentos 42,86%, sendo que 28,57% adquirem duas vezes por semana e os demais 28,57% compram diariamente.

As quantidades adquiridas variam de 8,6 até 20.000 kg por semana, dependendo muito da capacidade de comercialização da empresa. Os tipos de cortes que apresentaram maiores volumes comercializados correspondem aos cortes de meia carcaça, traseiro e dianteiro e carcaça inteira (80%), os demais 20% são cortes comerciais padrões. No mercado brasileiro padronizam-se os cortes como: dianteiro com cinco costelas, sendo o acém e a paleta completa e o costilhar ou a ponta de agulha. O traseiro especial ou serrote inclui o coxão e a alcatra completa (Peron et al., 1993).

A respeito da qualidade da carne adquirida 57,15% não apresentam dificuldades na hora da aquisição, não tendo reclamações dos produtos recebidos e 42,85% afirmam terem dificuldades principalmente relacionadas ao acabamento.

No quesito acabamento de gordura adquirido 71,42% apresenta preferência por acabamento mediano (2-4 mm), 14,29% acabamento escasso (< 2mm) e 14,29% relata que não possui muito controle sobre o que era adquirido, citando que estas variações podem ocorrer em função das raças. Quando abordados sobre a meta de acabamento a maioria 42,86% cita o acabamento mediano, como preferência. Com relação ao acabamento escasso, 35,71% preferem tê-lo como meta pela maior procura do consumidor atual, atrelando a isso o conceito de “carne magra”, os demais 21,43% não justificaram qual seria a meta de acabamento, talvez por desconhecimento do assunto. A gordura subcutânea é um importante indicador de qualidade, pois pode afetar a velocidade de resfriamento da carcaça, comportando-se como um eficiente isolante térmico (Felício, 1997).

Relacionado a cor da gordura, 42,85% foram indiferentes sobre o assunto. A coloração amarela teve 35,71% de preferência e a branca 21,44%, quando questionados o porquê tinham preferência pela amarela, os mesmos afirmaram que ela tem aspecto e aparência agradável, sendo a maior preferência pelo consumidor em questão de gosto e que associam isso a maciez.

### **Conclusões**

Com o estudo do perfil das carnes bovinas comercializadas por distribuidores, supermercados e casas de carnes em Chapecó – SC, podemos observar que os comercializadores não detêm claramente conhecimentos para obter carnes de qualidade superior, se limitando ao preço e ao aspecto cultural repassado de geração em geração.

### **Referências**

- FELÍCIO, P.E. Fatores ante e post mortem que influenciam na qualidade da carne bovina. In: PRODUÇÃO DO NOVILHO DE CORTE, 4. 1997, Piracicaba. **Anais...**Piracicaba: FEALQ, 1997. p.79-97.
- FERRAZ. J.B.S.; FELÍCIO, P. E. de. Review: Production systems – An example from Brazil. **Meat Science**. v.84, p. 238–243, 2010.
- FONT-i-FURNOLS, M.; GUERRERO L. Consumer preference, behavior and perception about meat and meat products: An overview. **Meat Science**. v.98, p. 361–371, 2014.
- HOCQUETTE. JEAN-FRANÇOIS, BOTREAU. R., PICARD B., JACQUET. A., PETHICK. D. W. , SCOLLAN. N. D. Opportunities for predicting and manipulating beef quality. **Meat Science**. 92, p.197–209, 2012.
- PERON, J.A.; FONTES C. A. A. F.; LANA, R. P.; et al. Rendimento de carcaça e de seus cortes básicos e área corporal de bovinos de cinco grupos genéticos submetidos à alimentação restrita e ad libitum. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Viçosa, v.22, p. 239-247,1993.