

**LIBRO DE RESÚMENES**

**XVI SIMPOSIO SOBRE CONSERVACIÓN  
Y UTILIZACIÓN DE RECURSOS ZOOGENÉTICOS**

**“Iberoamérica compartirá experiencias y logros científicos”**

Villavicencio, Colombia  
7, 8 y 9 de Octubre de 2015

---

**ASOCRIOLLANOS**  
**RED CONBIAND COLOMBIA**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE PALMIRA**  
Calle 38 No 32 – 41. Oficina 803- edificio Parque Santander  
CP: 500002 - Villavicencio, Colombia  
Teléfono: 57 (8) 6625678  
Cel: 57 3133774067  
[xviconbiandvillavicencio2015@gmail.com](mailto:xviconbiandvillavicencio2015@gmail.com)

## POTENCIAL CONSUMIDOR PARA CARNE BOVINA DE RAÇAS LOCAIS BRASILEIRAS

SteffensMoraes, A.<sup>1\*</sup>; Villa Alves, F.<sup>2</sup>; Soares Juliano, R.<sup>3</sup>; Soares Fioravanti, M.C.<sup>4</sup>; dos Santos Lopes, J. C.<sup>4</sup>; PasculliBarcellos, G.<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Embrapa Soja <sup>2</sup> Embrapa Gado de Corte <sup>3</sup> Embrapa Pantanal <sup>4</sup> Universidade Federal de Goiás, Departamento de Medicina Veterinária <sup>5</sup> Universidade Católica Dom Bosco, Departamento de Medicina Veterinária  
andre.moraes@embrapa.br

Realizou-se entrevistas com 1998 consumidores de carne bovina em cinco capitais no Centro Oeste brasileiro (Campo Grande, Cuiabá, Goiânia, Brasília e Palmas), a fim de identificar sua percepção com relação às carnes diferenciadas, especialmente indicação geográfica (IG), buscando entender como utilizar issona estratégia para conservação das raças Pantaneiro e Curraleiro Pé-Duro. Constatou-se que a carne bovina é a mais consumida e a preferida, pelo menos 83% e 60 das famílias, respectivamente, com frequência diária de consumo de 32%. Os consumidores conhecem pouco sobre raças bovinas locais (exceto em Palmas: 65% conhece) e IG (exceto em Brasília: 65% conhece). Entretanto, demonstraram interesse em consumir carnes dessas raças, com IG caso houvesse opção de compra (75% a 85%). As principais razões para isso estão relacionadas à curiosidade (para experimentar), à qualidade do produto (saboroso, saudável e seguro) e à procedência (incentivar e valorizar produto local), com alta intenção de consumo (23% comeria todos os dias). Mesmo não conhecendo adequadamente o conceito de IG, os consumidores acreditam que tais carnes oferecem mais segurança (qualidade) e são mais confiáveis (saudáveis) do que carnes sem esses atributos. Existe uma alta disposição a pagar mais por esse tipo de carnes (65% a 78% pagariam mais), e 25% dos consumidores pagaria 5% a 10% mais em relação aos valores de mercado atuais da carne bovina. Esses fatores indicam um possível nicho de mercado nessas cidades. Conclui-se que o consumidor valorizasse produto, sendo possível agregar-lhe valor. Assim, a IG pode contribuir para a conservação dessas raças.

**Palabras clave:** conservação da biodiversidade, raças bovinas localmente adaptadas, indicação geográfica, carne bovina, Pantanal, Cerrado