

O mercado de carne ovina na região do Cariri Cearense: a percepção do consumidor

Raquel de Sousa Carvalho⁽¹⁾, Evandro Vasconcelos Holanda Júnior⁽²⁾, Espedito Cezário Martins⁽²⁾, Leandro Silva Oliveira⁽²⁾, Fernando Henrique de Albuquerque⁽²⁾, Adriano Rodrigues Lima⁽²⁾

¹ Aluna do curso de Pós-Graduação em Zootecnia da UVA. E-mail: raquellcarvalho@yahoo.com.br

² Pesquisador da Embrapa Caprinos e Ovinos

Introdução

No Brasil, de acordo com levantamento do IBGE através do Censo Agropecuário 2006 (IBGE, 2011), o rebanho ovino era da ordem de 13,9 milhões de cabeças, dos quais 56% estariam localizadas no Nordeste; 29% no Sul; 6,3% no Centro Oeste; 5,5% no Sudeste; e 3,4% na região Norte.

A produção ovina é bastante dispersa, sendo realizada por um grande número de produtores de diferentes tamanhos e produtividade, com forte predomínio de pequenos e médios produtores.

O crescimento do setor da ovinocultura não se concretizou ainda, devido a inúmeras dificuldades enfrentadas pelos produtores como a inexistência de um mercado que seja constante, a dificuldade de uma oferta regular de matrizes para recria, a necessidade de escala para comercialização e a busca por animais jovens por parte dos frigoríficos (Michels *et al.*, 2006).

A oferta de carne ovina no Brasil está abaixo da capacidade de consumo, que ainda pode aumentar com o uso eficiente de ações de marketing, adoção de embalagens adequadas e oferta de produtos de qualidade.

A indústria de carne de ovinos tem como alvo um mercado em plena expansão, considerado, em âmbito nacional, como “*mercado de carnes exóticas*”, pois, de acordo com o Sebrae (2005), não havendo oferta em quantidade suficiente, os preços se tornam inadequados e mais elevados, motivo pelo qual não se criou o hábito de consumo, como

aconteceu com outras carnes, como, por exemplo, a carne de frango e a carne suína, as quais estão presentes no cardápio diário da população brasileira.

O consumo de carne ovina no Brasil tem apresentado crescimento contínuo nos últimos anos, e está direcionado para nichos de mercado exigente. Este direcionamento exige qualidade, cortes especiais e continuidade de abastecimento. A popularização do consumo exige a organização da cadeia produtiva em todos os seus componentes (SORIO, 2009).

Para que o Brasil possa participar do mercado competidor da carne ovina com as outras carnes de consumo, precisa organizar todos os elos que compõem a cadeia produtiva da ovinocultura. Para atender a demanda dos consumidores internos, com produto de quantidade e qualidade.

O crescimento e a consolidação da ovinocultura no Brasil, como atividade produtiva inserida na dinâmica do agronegócio, requerer que os diversos segmentos da cadeia produtiva organizem-se para estabelecer não só as bases comerciais e de mercado do agronegócio da ovinocultura, mas também para estabelecer o padrão tecnológico capaz de atender às exigências, preferências e demandas do mercado consumidor (ARAÚJO, 2009).

Objetivos

A pesquisa tem como objetivo principal identificar nos possíveis consumidores de carne ovina, os aspectos associados ao perfil, conceitos e percepção de modo a nortear a segmentação do mercado de carne ovina.

Material e Métodos

A pesquisa foi desenvolvida na Região do Cariri Cearense no mês de Setembro de 2010, em cinco municípios (Barbalha, Crato, Campos Sales, Farias Brito e Juazeiro

do Norte). Foram aplicados 450 questionários estruturados, feitos com o apoio do programa de software Sphinx Léxica (Sistemas para pesquisa e análise de dados quantitativos e qualitativos) com consumidores em pontos de varejo como supermercados e açougues. A escolha dos consumidores foi realizada de forma aleatória, cada questionário contendo 45 perguntas possibilitou a caracterização do perfil dos consumidores sobre diferentes aspectos relacionados à carne ovina, como: qualidade (cor, sabor, maciez, suculência e gordura), valor nutricional, disponibilidade, local de aquisição e satisfação do produto (cortes, embalagens, local, preço, disponibilidade).

Os dados coletados a partir dos questionários respondidos por consumidores de carne ovina foram submetidos à análise estatística no software SPSS (*Statistical Package of Social Science*), versão 18.0 for Windows. A partir da frequência das respostas do público de respondentes atribuídas a cada atributo do conjunto de fatores, optou-se por aplicar a média ponderada, permitindo com isso levar em consideração as diferentes opiniões dos respondentes sobre a relevância de cada item.

A análise estatística multivariada se tornou uma opção viável para análise dos dados deste estudo, pois ela envolve um conjunto de métodos estatísticos e matemáticos, destinada a descrever e interpretar os dados que provém da observação de várias variáveis estudadas conjuntamente e algumas estruturas de correlação (Johnson; Wichern, 2006).

A análise multivariada refere-se a um conjunto de métodos estatísticos que torna possível a análise simultânea de medidas múltiplas para cada indivíduo, objeto ou fenômeno observado. Desse modo, os métodos que permitem a análise simultânea de mais de duas variáveis podem ser consideradas como integrantes da análise multivariada.

Dentre as técnicas de análise multivariada, esta pesquisa utilizou as técnicas de Análise de Correspondência, é uma técnica estatística que em geral, as variáveis envolvidas são não métricas, do tipo categóricas ou ordinal, e os dados são representados como frequências de ocorrências em tabelas de contingências, uma representação das quantidades ou frequências de unidades experimentais por categorias de variáveis e por suas interseções CUNHA et. al 2005).

Resultados e Discussão

Identificando as preferências dos consumidores em relação aos cortes, teor de gordura e cor da carne ovina foi possível entender o padrão do produto que os participantes da pesquisa preferem ou esperam consumir.

Em relação aos cortes grande parte dos consumidores indica claramente a preferência por cortes específicos (70%); 13,1% dos consumidores preferem comprar a carne ovina em banda; apenas 5,8% preferem a carcaça completa; os demais consumidores tem uma variação maior nas suas preferências, como pode ser observado na tabela 01.

Tabela 01. Preferência ao comprar a carne ovina

Tipos de cortes	Frequência	Valor percentual %	Percentual acumulativo %
Em banda	59	13,1	13,1
Carcaça completa	26	5,8	18,9
Cortes específicos	315	70	88,9
Em banda e Carcaça completa	4	,9	89,8
Em banda e Cortes específicos	16	3,6	93,3
Carcaça Completa e Cortes específicos	2	,4	93,8

Em banda, carcaça completa e cortes específicos	28	6,2	100,0
Total	450	100,0	

No que se referem ao teor de gordura, 64,4% das informações obtidas apontam para uma carne com menor teor de gordura; 24,9% dos consumidores preferem uma carne com um maior teor de gordura e apenas 10,7% apontaram sua escolha para os dois níveis de gorduras perguntados (Tabela 02).

Tabela 02. Preferência dos consumidores de acordo com o teor de gordura

Teor de gordura	Frequência	Valor percentual %	Percentual acumulativo %
Com maior teor de gordura	112	24,9	24,9
Com menor teor de gordura	290	64,4	89,3
Com maior e com menor teor de gordura	48	10,7	100,0
Total	450	100,0	

Em relação à cor da carne ovina os consumidores indicaram uma preferência quase intermediária, mas tendendo para os tons Vermelho Claro (39,8%) e Rosada (27,8%), como pode ser observado na Tabela 03.

Tabela 03. Preferência dos consumidores de acordo com a cor da carne ovina

Cor da carne Ovina	Frequência	Valor percentual %	Percentual acumulativo %
Rosada	125	27,8	27,8
Vemelho Claro	179	39,8	67,6
Vermelho Escuro	73	16,2	83,8
Rosada e Vermelho Claro	21	4,7	88,4
Rosada e vermelho escuro	4	,9	89,3
Vermelho Claro e Vermelho Escuro	20	4,4	93,8
Rosada, Vermelho Claro e Vermelho Escuro	28	6,2	100,0
Total	450	100,0	

As características físico-químicas da carne determinam sua qualidade e aceitabilidade, onde a cor é o fator decisivo mais importante para os consumidores no momento do consumo, caso o odor da carne não seja detectado inicialmente (MARTINEZ-CEREZO et al.,2005). Os parâmetros de textura (quantidade de colágeno, comprimento dos sarcômeros, gordura e quantidade de água intramuscular, textura instrumental, etc.) também afetam a maciez da carne.

Neste mesmo aspecto, a pesquisa realizada por Firetti (2009), sobre o mercado de carne ovina no Estado de São Paulo, revelou em relação a cor da carne uma preferência quase que intermediária dos consumidores mas tendendo para tons mais

escuros de vermelho e em relação a quantidade de gordura foi encontrada uma indicação para poucas quantidades de gordura, resultado este semelhante ao nosso.

Considerações Finais

Foi possível observar preferências em relação às características da carne, tais como a preferência por tipos de cortes, quantidade de gordura e cor da carne ovina, que poderiam nortear sistemas de produção de carne assim como a possibilidade de identificação de nichos de mercado em função dessas características. Ficou claro, a partir de informações sobre a preferência de consumidores e perfil de consumo, que existe potencial de mercado para este produto.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, F. C.; MEDEIROS, J. X. ; ROCHA, O. M. ; MAIA, V. B. A. . **Caracterização dos agentes da cadeia de produção da ovinocaprinocultura no Distrito Federal.** In: Josemar Xavier de Medeiros; Marlon Vinicius Brisola. (Org.). *Gestão e Organização no Agronegócio da Ovinocaprinocultura.* 1 ed. Contagem-MG: Santa Clara Editora Produção de Livros, 2009, v. 1, p. 33-48.

CUNHA JR., Marcus; MORETTI, Marcos V. Análise multidimensional de dados categóricos: aplicação das análises de correspondência em marketing e sua integração com técnicas de análise de dados quantitativos. **Revista de Administração, São Paulo v. 35, n° 1, p.32-50, jan./mar.2005.**

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** - Censo agropecuário 2006, disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 29 mai.2011.

JOHNSON, Richard A.; WICHERN, Dean W. **Applied multivariate statistical analysis.** New Jersey: Prentice Hall, 2006.

MARTÍNEZ-CEREZO, S.; SAÑUDO, C.; MEDEL, I., OLLETA, J.L. Breed, slaughter weight and ageing time effects on sensory characteristics of lamb. **Meat Science, v.69, n.3, p.571 - 578, 2005.**

MICHELIS, I. L.; RODRIGUES, J. D.; LUCENA, L. P. **Elaboração de estudo da cadeia produtiva da ovinocultura de Mato Grosso do Sul.** In: Estudos de Cadeias Produtivas do SEBRAE/MS, 2006, Campo Grande – MS. Disponível em: <http://fcr.org.br/webfcr/cadeiassebrae/relatoriofinal-cadeiaovinocultura.pdf>. Acesso em: 15 junho, 2011.

SEBRAE. Informações de mercado sobre caprinos e ovinos. Set. 2008. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 20 julho. 2011.

SORIO, A. M.. **Sistema agroindustrial da carne ovina: o exemplo de mato grosso do sul. passo fundo** rs: méritos, 2009. 110 p.