

## **CARACTERÍSTICAS E PREFERÊNCIAS DE CONSUMO DE CARNE OVINA NAS CIDADES DE LONDRINA E MARINGÁ<sup>1</sup>**

**Ricardo Firetti<sup>2</sup>, Eduardo Cardoso de Oliveira<sup>3</sup>, Davison Eduardo Silva de Oliveira<sup>4</sup>, Antônio Assiz de Carvalho Filho<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Pesquisa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP; <sup>2</sup>Pesquisador, APTA/SAA-SP, Presidente Prudente/SP. E-mail: rfiretti@apta.sp.gov.br; <sup>3</sup>Mestrando em Matemática Aplicada e Computacional, FCT/UNESP, Presidente Prudente/SP. E-mail: edvcarov@terra.com.br; <sup>4</sup>Graduando em Estatística, FCT/UNESP; Presidente Prudente/SP. E-mail: dooestatistica@hotmail.com; <sup>5</sup>Docente, FACAPP/UNOESTE, Presidente Prudente. E-mail: mari@unoeste.br

**Resumo** – No cenário do consumo de proteína animal, a carne de carneiro não tem se mostrado item relevante no cardápio brasileiro, porém, seu segmento produtivo tem se recebido constantes investimentos. Assim, torna-se interessante analisar informações a respeito da preferência e da satisfação quanto ao consumo e aquisição de carne ovina visando identificar padrões que possibilitem a criação de novas estratégias de comercialização para a cadeia produtiva. Foram aplicados 813 questionários nas cidades de Londrina e Maringá, possibilitando caracterizar o perfil da pessoa respondente, consumo estimado de carne ovina, e informações sobre preferências em relação ao consumo e satisfação com o processo de aquisição. Os resultados foram analisados através de técnicas descritivas, como tabelas de frequências e gráficos e indicam principalmente que os “atuais consumidores” de carne ovina têm hábitos de consumir carne ovina com pouca frequência em detrimento do quanto gostariam de consumir. Tais entraves para o consumo estariam centrados na insatisfação com preços e disponibilidade.

**Palavras-Chave:** agroindústria, carne ovina, cordeiro, desenvolvimento local, ovinocultura

## **CHARACTERISTICS AND CONSUMER PREFERENCES OF SHEEP MEAT IN THE CITIES OF LONDRINA AND MARINGÁ**

**Abstract** – In the scenario the consumption of animal protein, beef and mutton has proved relevant in the Brazilian menu item, however, his production segment has received continual investments. Thus, it is interesting to analyze information about the preference and satisfaction with the purchase and consumption of sheep meat to identify patterns that enable the creation of new marketing strategies for the supply chain. 813 questionnaires were applied in the cities of Londrina and Maringá, allowing to characterize the profile of the person responding, estimated consumption of sheep meat, and information about consumer preferences for and satisfaction with the purchasing process. The results were analyzed using descriptive techniques such as frequency tables and graphs and mainly indicate that "current customers" meat sheep have habits of consuming sheep meat infrequently over how much would like to consume. Such barriers to consumption would be centered on dissatisfaction with prices and availability.

**Key-Words:** agribusiness, sheep meat, lamb, local development

## 1. INTRODUÇÃO

A produção e comercialização de carne ovina estão organizadas a partir de sistemas de ciclo completo (cria, recria e engorda confinada) que visam o fornecimento de cordeiros com padrões definidos pela agroindústria e pelo varejo ligado à alta gastronomia paulista. Dessa forma, a inclusão de agentes produtivos passa pela necessidade do atendimento às exigências mercadológicas quanto à idade e peso dos animais abatidos, que por sua vez tornam-se viáveis apenas com ganhos em escala, e elevados níveis de custeio e investimento.

O modelo formal adotado na cadeia produtiva gera produtos e cortes embalados que possuem elevado valor agregado e grande percentual de ossos (cortes com osso) disponibilizados por varejistas especializados e grandes redes de hipermercados, mas distantes da capacidade de aquisição das classes mais populares em função dos menores níveis de renda.

Estudos recentes sobre a ovinocultura de corte no Estado de São Paulo (FIRETTI et al. 2010; 2011) confirmaram a existência de diferenças entre o padrão de carne ovina exigido por consumidores com nível de renda familiar acima de 20 salários mínimos e os demais consumidores desses produtos, havendo portanto, outro grande mercado em potencial baseado no consumo popular, mas ainda pouco explorado.

Posto isto, o presente trabalho pretende analisar informações a respeito da preferência e da satisfação quanto ao consumo e aquisição de carne ovina visando identificar padrões que possibilitem a criação de novas estratégias de comercialização e, assim, contribuir com agentes da cadeia produtiva a partir da identificação de características de produtos cárneos ovinos potencialmente demandados por consumidores com renda familiar abaixo de 20 salários mínimos (R\$ 14.000,00).

## 2. MATERIAL E MÉTODOS

Foram aplicados 813 questionários nas cidades de Londrina e Maringá (Paraná) com pessoas em idade superior a 15 anos entre JAN/2013 e JUN/2013. Para isso foram utilizados formulários eletrônicos implantados em dispositivos portáteis (Tablets) estruturados com questões fechadas relacionadas ao perfil do consumidor, ao consumo de carnes, às preferências em relação à carne ovina, e sobre a aquisição da carne ovina. As coletas foram realizadas em locais de grande fluxo, como centros e terminais urbanos, caracterizando a amostra como probabilística não proporcional, atingindo-se o mínimo de 400 entrevistados por

município. Os resultados foram analisados através de técnicas descritivas, como tabelas de frequências e gráficos.

Especificamente neste trabalho serão analisados os resultados pertinentes à parcela de entrevistados classificados como “atuais consumidores de carne ovina”.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra de 813 questionários foi composta em 25,8% de pessoas que não possuem interesse em comer ou adquirir carne ovina; 34,7% de “consumidores potenciais”, pessoas que não possuem hábito de consumo, mas manifestaram interesse ou curiosidade em experimentar ou adquirir produtos; e 39,5% (321 pessoas) denominadas “atuais consumidores” por terem algum hábito (mesmo que mínimo) de consumir carne ovina.

Da parcela de “atuais consumidores”, constatou-se que 60% eram homens; 47% têm entre 15 e 34 anos e 36% recebem até quatro salários mínimos. Quanto ao consumo, 64% dos respondentes preferem carne grelhada ou assada na brasa (churrasco) e 23,4% assada no forno, 46% consomem a carne ovina em casa, 22% na casa de parentes e 15,5% apenas em restaurantes; 56% preferem a carne bem passada e 23% preferem “ao ponto”.

Quanto às características da carne, os atuais consumidores preferem sabor suave (59%), carne macia (71%), suculência intermediária (41%) e nenhuma ou pouca quantidade de gordura (78%).

Analisando as respostas sobre a frequência atual de consumo e a frequência com que os respondentes gostariam de consumir, ocorre que os “atuais consumidores”, em maioria, consomem carne de carneiro com pouca frequência (Figura 1). Entretanto, o mesmo gráfico aponta que os consumidores gostariam de consumir esse tipo de carne com mais frequência, indicando potencial mercadológico para o produto.

A baixa frequência de consumo atual poderia ser explicada pelo fato de que 48,5% dos atuais consumidores apresentam alguma insatisfação com o preço de venda da carne, e de que cerca de 50% teriam algum tipo de insatisfação com a disponibilidade/facilidade para comprar a carne. Em contrapartida, 82% concordaram que a carne seria saudável do ponto de vista nutricional e 73,7% de que seria segura sob o aspecto higiênico e sanitário. Resultados semelhante foram obtidos em levantamento realizado por Firetti et al. (2010) no Estado de São Paulo, mas com ênfase na capital

paulista.

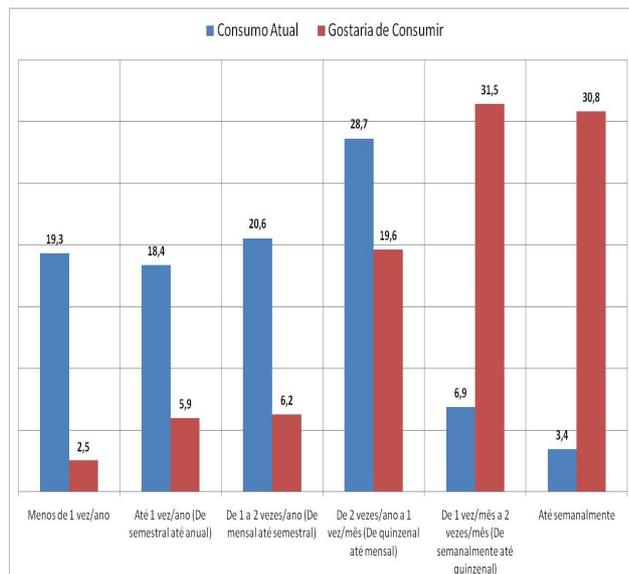


Tabela 1. Gráfico ilustrativo da frequência com que os respondentes consomem atualmente carne ovina e na qual gostariam de consumir. Fonte: Resultados da pesquisa.

Sobre a aquisição da carne ovina, 35,2% compram (ou comprariam), preferencialmente, a carne de ovinos em supermercados e 27,7% em açougues ou boutiques de carne, enquanto 21% diretamente de produtores. Estes números apontam grande diferença quanto aos resultados observados por Firetti et al. (2011) nos quais a aquisição de carne ovina diretamente de produtores rurais situava-se na faixa de 45% para consumidores do município de Presidente Prudente. Em trabalho sobre a informalidade em sistemas agroindustriais e mercado de carne ovina na cidade de Maringá/PR realizado em 2010, e publicado por Bankuti et al. (2013), 34% dos entrevistados afirmaram adquirir produtos diretamente de produtores rurais.

Outro item que chamou a atenção foi o interesse desses consumidores em adquirir produtos frescos fracionados em detrimento de peças ou partes congeladas.

#### 4. CONCLUSÕES

Há possibilidade de expansão ou aumento na frequência de consumo da carne desde que aspectos negativos, tais como disponibilidade e preço, sejam contornados.

No entanto o fator “preço” da carne ovina é alvo de insatisfação de praticamente metade dos entrevistados na pesquisa, denotando a necessidade de ajustes na cadeia produtiva e nos sistemas de produção de animais para abate de maneira que seja factível a produção de carne com custo menor.

Embora tenha diminuído em relação outras pesquisas, a informalidade na comercialização ainda é uma questão preocupante.

#### REFERÊNCIAS

- BÁNKUTI, F.I.; BÁNKUTI, S.M.S.; MACEDO, F.A. A informalidade em sistemas agroindustriais: um estudo exploratório dos hábitos de consumo de carne ovina na cidade de Maringá. **Informações Econômicas**, v. 43, n. 1, p. 5-17, 2013.
- FIRETTI, R. et al. Percepção de consumidores paulistas em relação à carne ovina: análise fatorial por componentes principais. **O Estado do Paraná. Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**, v.11, n.1, p. 1-13, 2010.
- FIRETTI, R. et al. Aspectos mercadológicos da carne ovina no município de Presidente Prudente, Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, v. 41, p. 5-18, 2011.