

CARACTERÍSTICAS E PREFERÊNCIAS DE CONSUMO DE CARNE OVINA EM CIDADES DO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO

Ricardo Firetti

Zootecnista, Msc.,PqC do Polo Regional Alta Sorocabana/APTA

rfiretti@apta.sp.gov.br

Eduardo Cardoso de Oliveira

Estatístico, Bch., Mestrando da FCT/UNESP

edcarov@terra.com.br

Davison Eduardo Silva de Oliveira

Aluno de Graduação em Estatística da FCT/UNESP

doostatistica@hotmail.com

Enquanto a capital paulista é considerada o principal mercado consumidor de carne ovina no Estado de São Paulo, em função da enorme população, outras cidades médias do interior, com populações entre 100 e 500 mil habitantes, poderiam transformar-se em mercados locais e regionais oportunos a ser explorados pelos ganhos de logística e competitividade em virtude do menor deslocamento dos produtos.

Estudos recentes sobre a ovinocultura de corte no Estado de São Paulo (FIRETTI et al. 2010; 2011a; 2011b) 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.

Tendo como objetivo explorar as características e preferências de consumidores de carne ovina em cidades importantes do interior do Estado de São Paulo, foram realizadas 1.700 entrevistas em Presidente Prudente, São José do Rio Preto, Araçatuba, Bauru e Marília no ano de 2013.

Para isso utilizou-se um questionário com 28 perguntas fechadas visando:

- a) Caracterizar o perfil da pessoa entrevistada (sexo, idade, escolaridade e renda familiar);
- b) Estimar a frequência de consumo de carne ovina (atual e potencial);
- c) Coletar opiniões sobre características intrínsecas e comparativas da carne ovina (cor, sabor, maciez, suculência e gordura); e quanto considera esse tipo de carne nutricionalmente saudável e segura do ponto de vista sanitário;
- d) Identificar a forma de preparo/consumo preferencial; o grau de cozimento da carne (Figura 1); o local onde geralmente consome a carne;
- e) Analisar o grau de satisfação com a disponibilidade, local de aquisição e preço de produtos adquiridos;

Foram utilizados TABLETS de 7 polegadas como instrumentos de coleta ao invés de formulários em papel, sendo os dados armazenados no dispositivo e posteriormente transmitidos para banco de dados (computação em nuvem). Este recurso facilitou o uso de figuras em alta definição para a indicação visual de preferências dos consumidores.



Figura 1. Escala de gradação de ponto cozimento de carne.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os resultados foram avaliados através de análise de distribuição de classes de frequências relativas (GIL, 2012; PEREIRA, 2004) e análises multivariadas (HAIR et al, 2009). Entretanto, neste trabalho serão apresentadas apenas as análises de distribuição de frequências.

A amostra de 1699 questionários foi composta em 62,5% por mulheres. Em relação à idade, 36,4% dos consumidores entrevistados tinham entre 26 e 45 anos e 32,7% até 25 anos. A escolaridade também foi observada e os resultados apontaram maior participação de pessoas com nível médio (53,5%) em detrimento do nível fundamental (32,2%) e superior (14%).

A renda encontrada foi composta por 35,8% dos entrevistados recebendo entre 2 e 4 salários mínimos, 21,4% recebendo até 2 salários e 16,6% entre 4 e 10 salários mínimos. No entanto, parcela expressiva dos entrevistados preferiu não responder a essa questão (25%) e 1,6% declararam receber acima de 10 salários mínimos.

Das pessoas abordadas, 34,3% afirmaram gostar de carne de carneiro/cordeiro (CONSUMIDORES), enquanto que 65,7% declaram-se NÃO-CONSUMIDORES desse tipo de carne, sendo que 43,13% efetivamente não gostam da carne e 22,53% afirmaram não saber responder.

Do total de CONSUMIDORES, 22,8% indicaram ter o hábito de consumir carne ovina menos de uma vez/ano; 26,3% anualmente; 18% semestralmente (2 vezes/ano); 20% mensalmente; 8,7% quinzenalmente e apenas 3,1% semanalmente. Cerca de 2% declaram não possuir o hábito regular de consumir carne ovina.

Estes resultados apontam semelhanças ao observado em pesquisa realizada por Firetti (2011) para o Estado de São Paulo, com ênfase na capital paulista, no qual foi observado que 40,2% dos consumidores comiam carne ovina entre 1 e 2 vezes/ano (44,3% na pesquisa atual); as demais distribuições foram diferentes.

Neste caso, o aspecto mais relevante é quando se compara o atual consumo aparente dos CONSUMIDORES com a frequência a qual gostariam de consumir (Figura 3). Praticamente ocorre uma inversão na escala de frequências onde 24,4% consumiriam semanalmente; 26,3% quinzenalmente; 20% mensalmente; 10,35% até duas vezes ao ano; e apenas 7,7% consumiriam anualmente e 5% menos de uma vez ao ano.

Sobre a forma de preparo preferencial dos CONSUMIDORES de carne ovina entrevistados, chama à atenção a predileção quanto ao uso em assados, na brasa (66,7%) ou no forno (20%), evidenciando a necessidade de desenvolvimento de produtos voltados a essa finalidade.

Outro aspecto interessante refere-se ao ponto de cozimento da carne, no qual foi observado que 64,7% preferem a carne ovina bem passada (Figura 2) ao contrário do preconizado pelos “chefs” de cozinha da alta gastronomia e, mesmo diferentemente da relação geralmente observada com cortes nobres de carne bovina, notadamente a Picanha.

Quanto ao local de consumo, 52% admitem que degustem a carne em suas residências; 37% na casa de parentes ou amigos; e 10% em restaurantes ou churrascarias, ampliando a visão de que o produto está presente no hábito de alimentação das famílias entrevistadas, mesmo que com frequência muito inferior ao de outras carnes.

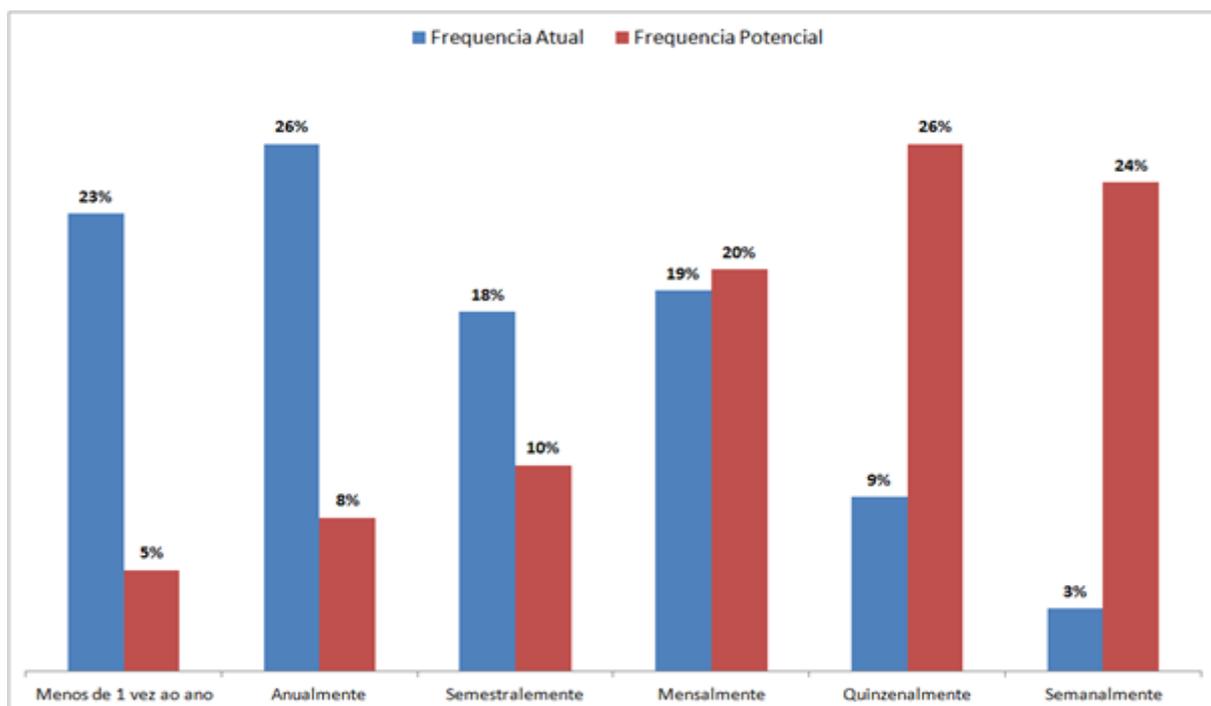


Figura 2. Frequência de consumo carne de carneiro/cordeiro, atual e do qual gostariam (potencial) os consumidores entrevistados.

Fonte: Resultados da pesquisa.

Para as características da carne ovina quanto ao sabor, suculência, maciez e quantidade de gordura, os CONSUMIDORES apontaram tendências marcantes para todas as variáveis analisadas. De maneira geral a preferência recaiu para carnes com sabor suave (60%), nenhuma ou pouca quantidade de gordura (79,5%), macia (72,3%) e grau de suculência intermediária (39,7%), esta última a única característica em que houve uma variação menor entre as respostas observadas, entre o “pouco suculenta” e “muito suculenta” (Figura 3).

Sobre a aquisição da carne ovina, 32% compram (ou comprariam), preferencialmente, a carne de ovinos em supermercados e 33,6% em açougues ou boutiques de carne, enquanto 20% diretamente de produtores. Em torno de 9% não sabiam a procedência.

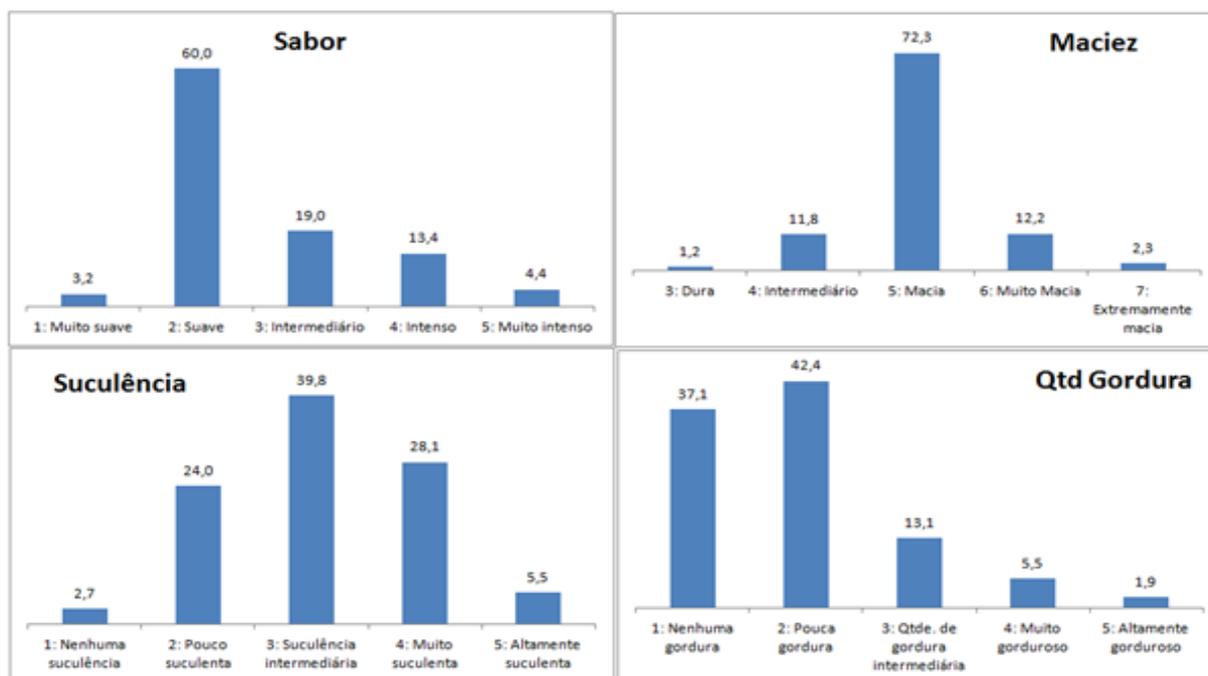


Figura 3. Preferências de consumidores em relação às características intrínsecas da carne ovina.

Fonte: Resultados da pesquisa.

Estes números apontam grande diferença quanto aos resultados observados por Firetti et al. (2011a, 2011b) nos quais a aquisição de carne ovina diretamente de produtores rurais situava-se na faixa de 45% para consumidores do município de Presidente Prudente (FIRETTI et al., 2011a); e 28% para consumidores do Estado de São Paulo e ênfase na capital paulista (FIRETTI et al., 2011).

A satisfação com a disponibilidade de produtos também parece ser discrepante em relação aos resultados de pesquisas anteriores, em que 21,2% dos CONSUMIDORES dizem estar “totalmente satisfeitos”. No entanto, a grande maioria tem a percepção de insatisfação (42,5%), enquanto 18% sentem-se indiferentes quanto à disponibilidade e 17,8% entendem estarem ligeiramente satisfeitos.

Quanto ao preço de compra dos produtos, os CONSUMIDORES apontam clara tendência de desequilíbrio quanto à satisfação. Estão insatisfeitos 49,5% (ligeira e totalmente) das pessoas entrevistadas, enquanto que 21% estariam satisfeitas (ligeira e totalmente). Para 29,35% das pessoas é demonstrada indiferença de satisfação pelo valor pago na carne ovina.

Observou-se uma tendência de valorização do produto em função de suas qualidades nutricionais, haja vista a total concordância de que a carne de carneiro/cordeiro é SAUDÁVEL do ponto de vista digestivo e nutricional para 57% dos CONSUMIDORES entrevistados.

Quase 22% concordam parcialmente com essa afirmação; 18,2% são indiferentes à afirmação, enquanto apenas 3% discordam de alguma maneira. Da mesma maneira, 47,2% dos entrevistados concordam com a afirmação de que a carne de carneiro/cordeiro que adquirem é SEGURA do ponto de vista higiênico e sanitário, confiando no produto que consomem. No entanto, quase 11% dos entrevistados discordam total ou parcialmente da afirmação, denotando as incertezas provenientes do histórico da informalidade de abates ilegais realizados por alguns agentes da cadeia produtiva e explorados por Bankuti et al. (2013).

O trabalho indica que a principal questão a ser levada em consideração é o visível potencial de expansão da demanda de carne ovina em cidades médias na região oeste do Estado de São Paulo, por meio da aquisição para consumo domiciliar, seja comercializada em hipermercados ou açougues e boutiques de carne.

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 no abate e comercialização ainda é uma questão preocupante, tendo em vista que 1/5 dos consumidores adquirem carne diretamente dos produtores rurais, que embora “possam” ou “tentem” imprimir qualidade em seu produto, tem na ausência de inspeção sanitária oficial uma barreira à comercialização. Tanto que parte dos consumidores (11%) se sintam inseguro ao consumir carne ovina.

Também deve ser destacada a motivação das pessoas em não consumir a carne ovina em função de seu sabor, muito provavelmente em função de experiências ruins com produtos oriundos de animais muitos velhos. Lembrando que essa informação é enfatizada pela preferência de consumidores para SABOR SUAVE (Figura 3) da carne.

Por fim, foram sinalizados “novos caminhos” que o setor poderá, em médio prazo, trilhar para ampliar o escopo de segmentos de mercado alvo com a oferta de produtos orientados (grelhados, por exemplo), visando o crescimento e consolidação no fornecimento de carne ovina.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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, Estado do Paraná. *Informações Econômicas (Impresso)*, v. 43, n.1, p. 5-17, 2013.

FIRETTI, R.; CARRER, C.C.; SILVA, V. L. S.; TRINDADE, M. A. ; SOUZA, S. C. ; SAVASTANO JUNIOR, H. ; RIBEIRO, M.M.L.O. . Percepção de consumidores paulistas em relação à carne ovina: análise fatorial por componentes principais. *Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal*, v. 11, p. 1-13, 2010.

FIRETTI, R.; CARRER, C.C.; RIBEIRO, M.M.L.O.; MOREIRA, A. L. Características da carne ovina em função de diferentes níveis de renda do consumidor: propostas para segmentação de mercado. In: 49 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2011, Belo Horizonte. *Anais do Congresso da SOBER*. Piracicaba: SOBER, v. 49, 2011b.

FIRETTI, R.; COSTA, L. P. R.; MOREIRA, A. L.; CARRER, C.C.; RIBEIRO, M.M.L.O.. Aspectos mercadológicos da carne ovina no município de Presidente Prudente, Estado de São Paulo. *Informações Econômicas (Impresso)*, v. 41, p. 5-18, 2011a.GIL, 2012;

HAIR, Jr., J.F.; BLACK, W.C; BABIN, B.J.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L. *Análise multivariada de dados*. Trad. ADONAI Schlup Sant'Anna. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

PEREIRA, J.C.R. *Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da Saúde, Humanas e Sociais*. 3.ed. São Paulo: Edusp, 2004.HAIR et al, 2009