

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS DA CARNE OVINA NO MUNICÍPIO DE PRESIDENTE PRUDENTE, ESTADO DE SÃO PAULO¹

Ricardo Firetti²
Letícia Pinheiro Ribeiro da Costa³
Andréia Luciane Moreira⁴
Celso da Costa Carrer⁵
Marcelo Machado De Luca de Oliveira Ribeiro⁶

1 - INTRODUÇÃO

O Estado de São Paulo abrigava em 2006 em torno de 490 mil ovinos, envolvendo 11.379 estabelecimentos agropecuários (IBGE, 2007), ou segundo informações do Projeto LUPA da Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA), entre os anos de 2007 e 2008, em torno de 9.986 Unidades de Produção Agropecuária (UPAs) desenvolviam a ovinocultura com o total de 507 mil cabeças (TORRES et al., 2009). Contudo, para atender a demanda de carne ovina no Estado de São Paulo seria necessário um rebanho da ordem de 28 milhões de cabeças (SIMPLICIO; SIMPLICIO, 2006) que até recentemente vinha sendo suprido por importações do Uruguai.

A microrregião geográfica de Presidente Prudente, segundo dados do Censo Agropecuário de 2006 (IBGE, 2007), possui o maior rebanho do Estado de São Paulo, com 38.000 cabeças e a existência de 1.179 criadores de ovinos, concentrados principalmente na região de Presidente Venceslau, destacando-se os rebanhos acima de 1.900 cabeças dos municípios de Martinópolis, Euclides da Cunha Paulista, Presidente Venceslau, Mirante do Paranapanema e Presidente Bernardes.

O crescimento no número de estabelecimentos rurais com a presença de ovinos na região, na última década, decorre de condições pré-existentes, tais como: forte presença da pecuária e em consequência a elevada área de pastagens (68% da área total da região); expansão da cana-de-açúcar e redução de áreas disponíveis nos estabelecimentos agropecuários; e utilização dessa criação como estratégia de diversificação agropecuária nas propriedades rurais, principalmente da agricultura familiar.

De maneira geral, o modelo produtivo mais difundido no Estado de São Paulo utiliza cordeiros precoces confinados como produto principal, com peso entre 25 e 40 kg e idade máxima de 150 dias, e é destinado à alta e à média gastronomia, um segmento explorado pela cadeia no atual estágio de desenvolvimento da atividade (SILVA et al., 2009). Esse sistema de produção de carne ovina exige elevados níveis de investimento em instalações e equipamentos, e custeio para alimentação dos animais com rações completas utilizadas em confinamentos.

Essa situação é pouco condizente com a realidade fundiária da região de Presidente Prudente, Pontal do Paranapanema. Caracterizada pela forte presença da agricultura familiar (FIRETTI et al., 2010b), a principal vantagem comparativa da região na produção de carne ovina, dentro do Estado de São Paulo, estaria alicerçada pela grande disponibilidade de áreas de pastagens e possibilidade de produção com custos menores.

O trabalho tem o objetivo de compreender a maneira pela qual os consumidores do município de Presidente Prudente visualizam o *mix marketing* de produtos da ovinocultura de corte para auxiliar na orientação de mercado ao setor produtivo regional.

¹Cadastrado no SIGA NRP3194 e registrado no CCTC, IE-05/2011.

²Zootecnista, Mestre, Pesquisador Científico da APTA Regional (e-mail: rfiretti@apta.sp.gov.br).

³Tecnóloga em Logística para o Agronegócio, Profissional Liberal (e-mail: leticiariibeiro05@bol.com.br).

⁴Zootecnista, Doutora, Pesquisadora Científica da APTA Regional (e-mail: aluciane@apta.sp.gov.br).

⁵Zootecnista, Doutor, Professor do Departamento de Zootecnia (FZEA/USP) (e-mail: celsocarrer@usp.br).

⁶Zootecnista, Doutor, Professor do Departamento de Zootecnia (FZEA/USP) (e-mail: mrrib@usp.br).

2 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi estabelecido como case o município de Presidente Prudente, localizado no extremo oeste do Estado de São Paulo, distando cerca de 580 km da capital. Sua população é de 207.625 habitantes (IBGE, 2010). É a sede da décima Região Administrativa do Estado e principal cidade do oeste paulista, concentrando em torno de 55% dos vínculos empregatícios da região (FIRETTI et al., 2010b).

Alicerçado pelo fato de identificar pontos obscuros sobre a percepção de consumidores em relação à carne ovina, este trabalho de pesquisa caracteriza-se como exploratório (GIL, 1999). Utilizou-se um formulário constituído por questões fechadas de múltipla escolha envolvendo informações pessoais, características preferenciais da carne (cor, sabor, maciez, suculência e gordura), valor nutricional, segurança alimentar, disponibilidade, local de aquisição e satisfação com o produto (cortes, embalagens, local, preço, disponibilidade). Para algumas perguntas foram utilizadas escalas numéricas estruturadas de cinco pontos, ancoradas nas extremidades com termos relativos à intensidade do atributo avaliado que variaram do conceito 1 (pouco) a conceito 5 (muito).

O questionário foi aplicado numa primeira fase em pré-teste e, posteriormente, corrigiram-se eventuais problemas de falta de clareza na colocação das questões para o consumidor. A amostra constou de 80 entrevistados, sendo todos os questionários aproveitados, e caracterizando-se como não sendo probabilística, mas por critério de acessibilidade. Os questionários foram aplicados a pessoas com idade superior a 18 anos, em supermercados e feiras livres.

As variáveis levantadas foram: a) Perfil do consumidor: variável (Var) 1 = ocupação principal; Var2 = sexo; Var3 = idade (anos); Var4 = nível de escolaridade; Var5 = renda familiar (salários mínimos); b) Quanto ao consumo de carnes: Var6 = gosta de carne de ovinos (sim/não); Var7 = grau de preferência no consumo de carne bovina (1 a 5); Var8 = grau de preferência no consumo de carne suína (1 a 5); Var9 = grau de preferência no consumo de carne de pescados (1 a 5); Var10 = grau de preferência no consumo de carne de aves (1 a 5); Var11 = grau de preferência no consumo de carne ovina (1 a 5); Var12 =

consumo médio de carne ovina; c) Preferência em relação à carne ovina (escala de 1 a 5): Var13 = preferência em relação ao sabor; Var14 = preferência em relação à maciez; Var15 = preferência em relação à suculência; Var16 = preferência em relação à coloração vermelha; Var17 = preferência em relação à quantidade de gordura; d) Opinião sobre a carne ovina (1 a 5): Var18 = sabor comparado à carne de preferência; Var19 = maciez comparada à carne de preferência; Var20 = preço comparado à carne de preferência; Var21 = quantidade de gordura comparada à carne de preferência; Var22 = quanto considera a carne ovina saudável do ponto de vista nutricional; e) Aquisição da carne ovina: Var23 = local preferencial para compra da carne; Var24 = facilidade de encontrar o produto nos pontos de venda (1 a 5); Var25 = grau de satisfação com cortes (1 a 5); Var26 = grau de satisfação com embalagens (1 a 5); Var27 = grau de satisfação com local de compra (1 a 5); Var28 = grau de satisfação com preço (1 a 5); Var29 = grau de satisfação com disponibilidade (1 a 5); Var30 = interesse em consumir mais carne ovina (1 a 5).

Os resultados foram avaliados através de análise de frequências relativas, correlação ($p > 0,05$) e técnicas de estatística multivariada (análise fatorial e análise de correspondência).

Na análise fatorial, os dados iniciais foram submetidos à análise de confiabilidade através da mensuração do índice Alfa de Crombach (HAIR et al., 2009), rotação fatorial ortogonal pelo método *varimax raw*, com a identificação do número de fatores, e realizado com critério da raiz latente (fatores possuindo autovalor acima de 1,0).

Na análise de correspondência e correspondência múltipla (BOUROCHE; SAPORTA, 1980; HAIR et al., 2009), cuja finalidade é a de traçar associações entre as variáveis que compõem o estudo ampliando a capacidade explicativa da amostra, foram utilizadas as variáveis pertencentes ao mesmo fator e, em alguns casos, variáveis que possuíam correlação significativa independentemente de pertencerem ao mesmo fator.

A combinação desses métodos em pesquisas exploratórias é observada nos trabalhos de Firetti, Franzolin e Ribeiro (2006), Firetti et al. (2010a) e Carrer et al. (2010).

3 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra foi composta em 68% por homens. Em relação à idade, 40% dos consumidores entrevistados tinham entre 20 e 40 anos e 40,6% entre 40 e 60 anos. A escolaridade também foi investigada e os resultados apontaram maior participação de pessoas com nível médio (47,9%) em detrimento do nível superior (39,1%) e fundamental (13%). A renda observada foi composta por 55% dos entrevistados recebendo até 5 salários mínimos, 32% recebendo entre 5 e 10 salários e 13% entre 10 e 20 salários mínimos.

Dos consumidores abordados, 76% indicaram não possuir hábito de consumir carne ovina, dos quais 40,6% informaram consumir de uma a duas vezes por ano e 34,8% menos de uma vez por mês. Em contrapartida, 97% dos entrevistados afirmaram gostar de carne ovina, e observou-se uma tendência de valorização do produto em função de suas qualidades nutricionais, haja vista a concentração de respostas nas escalas de 3 a 5 (respectivamente 27,5%, 27,5% e 30,4%) à pergunta “quanto considera a carne ovina saudável do ponto de vista nutricional”.

Sobre a aquisição da carne ovina, 45% adquiriram o produto diretamente do produtor rural, 29% em supermercados e 26% em açougues. A expressiva maioria dos consumidores indicaram baixa disponibilidade de carne no mercado em geral, assinalando os escores 1 e 2, respectivamente, 29% e 36,2%.

No que se refere a preferências quanto às características da carne ovina, os consumidores apontaram tendências relevantes para todas as variáveis analisadas (Tabela 1). De maneira geral, a preferência recaiu para carnes com sabor pouco acentuado, pouca quantidade de gordura, bem macias e suculentas, mas com coloração mediana em relação ao tom de vermelho (claro e escuro).

Em relação à satisfação dos consumidores com o composto mercadológico do “produto carne ovina”, referente aos tipos de cortes adquiridos, embalagens, locais de compra, preço e disponibilidade da carne, as opiniões remetem a uma tendência centralizada na posição 3 da escala para cortes, embalagens, local de compra e preço (Tabela 2), o que não ocorreu com a disponibilidade que tende a pontuações baixas

(no máximo 3), indicando grande insatisfação com o quesito. Destaca-se ainda o expressivo percentual de respondentes muito satisfeitos com o local de compra (36,2% - escala 5), caso que, posteriormente, poderá ser mais bem descrito utilizando a técnica de análise de correspondência com as variáveis envolvidas.

TABELA 1 - Frequência Relativa da Preferência de Consumidores em Relação às Características da Carne Ovina em Presidente Prudente, Estado de São Paulo

Item	Escala				
	1	2	3	4	5
Sabor	20,3	27,5	29,0	17,4	5,8
Quantidade de gordura	47,8	24,6	20,3	3,0	3,0
Cor da carne	13,0	16,0	37,7	26,1	5,8
Maciez	2,9	7,2	20,3	29,0	39,1
Suculência	7,2	7,2	27,5	24,5	31,9

Fonte: Dados da pesquisa.

TABELA 2 - Frequência Relativa da Satisfação de Consumidores em Relação ao Composto Mercadológico do “Produto Carne Ovina” em Presidente Prudente, Estado de São Paulo

Item	Escala				
	1	2	3	4	5
Cortes	2,9	8,7	42,0	24,6	21,7
Embalagens	11,6	11,6	37,7	13,0	26,1
Local de compra	7,2	16,0	33,3	5,8	36,2
Preço	11,6	18,8	33,3	18,8	16,0
Disponibilidade	18,8	33,3	26,0	5,8	14,5

Fonte: Dados da pesquisa.

As variáveis presentes em 69 questionários válidos foram utilizadas na análise, em que obteve coeficiente de confiabilidade de 0,929, resultado extremamente satisfatório. Durante o processo de análise foram excluídas⁷ variáveis

⁷As 16 variáveis consideradas foram: Var5 = renda familiar (salários mínimos); Var14 = preferência em relação à maciez; Var15 = preferência em relação à suculência; Var16 = preferência em relação à coloração vermelha; Var17 = preferência em relação à quantidade de gordura; Var18 = sabor comparado à carne de preferência; Var19 = maciez comparada à carne de preferência; Var20 = preço comparado à carne de preferência; Var21 = quantidade de gordura comparada à carne de preferência; Var22 = quanto considera

que influenciasses negativamente por dois motivos: ou porque não possuíam cargas acima de 0,74 com os fatores; ou porque eram variáveis que possuíam cargas elevadas para dois ou mais fatores. A escolha do número de fatores observou o método da raiz latente, sendo considerados fatores com autovalores acima de 1,0 (HAIR et al., 2009).

Desse modo, na análise foram extraídos cinco fatores que correspondem a 88,46% da variância total explicada (Tabela 3).

3.1 - Fator 1 - Características Mercadológicas para a Carne Ovina

O Fator 1 acumula 43,2% da variância total explicada e é composto por variáveis relacionadas à preferência dos consumidores quanto aos padrões da carne ovina (maciez, suculência, cor e gordura) e satisfação com variáveis ligadas aos locais de aquisição dos produtos ovinos (escala em relação à maciez; escala em relação à suculência; escala em relação à coloração vermelha; escala em relação à quantidade de gordura; satisfação com o local onde adquire o produto; satisfação com preço; e satisfação com disponibilidade).

Utilizando a técnica de análise de correspondência múltipla com as variáveis ligadas à preferência dos consumidores quanto aos padrões da carne ovina (escalas de maciez, suculência, cor e gordura), a maioria aponta para a conjugação dos itens suculência, cor e gordura em níveis intermediários (escala 3 localizada no centróide da figura 1). Interessante observar que as classes de respostas contendo escalas elevadas de maciez e suculência da carne (4 e 5) estão próximas, apontando clara preferência no que diz respeito à conjugação desses quesitos (Figura 1).

A correspondência múltipla, realizada com variáveis de satisfação ligadas ao local de compra e a variável específica do local de compra da carne pelos consumidores entrevistados, aponta que as escalas de maior valor (5), ou seja, elevados níveis de satisfação, estão localizadas no plano gráfico muito próximo ao item de res-

a carne ovina saudável do ponto de vista nutricional; Var 24 = facilidade de encontrar o produto nos pontos de venda; Var25 = grau de satisfação com cortes; Var26 = grau de satisfação com embalagens; Var27 = grau de satisfação com local de compra; Var28 = grau de satisfação com preço; Var29 = grau de satisfação com disponibilidade.

posta “produtor rural”, sinalizando que este local de compra apresenta melhores níveis de satisfação (Figura 2). Quanto ao item “supermercado”, teoricamente o principal canal de distribuição de carnes em geral ao consumidor final no Estado de São Paulo, tem-se uma percepção de satisfação mediana (3) com o local, disponibilidade da carne ovina e preços praticados. Em relação aos “açougues” presentes no município, este item congrega os menores níveis de satisfação analisados, no entanto, apresenta de forma conflitante alta satisfação com o preço de venda.

Observando a correspondência múltipla entre as variáveis de preferência sobre as características da carne ovina (maciez, suculência, cor e gordura) associadas ao local de aquisição do produto, observa-se que o perfil de produto ofertado pelos produtores rurais reúne características muito importantes, tais como: elevados níveis de suculência e maciez, associada à coloração mais clara da carne, indicando fortemente que se trata de animais jovens (Figura 3).

3.2 - Fator 2 - Satisfação com o Produto Adquirido

O Fator 2 expressa a satisfação dos consumidores com o produto adquirido, especialmente por envolver itens do composto mercadológico da carne ovina relacionados às características físicas, pois envolve as variáveis “satisfação com cortes” e “satisfação com embalagens” dos produtos rotineiramente adquiridos. Este fator engloba 11,6% da variância total.

Na figura 4, ao se confrontarem as variáveis ligadas ao Fator 2 com as respostas sobre o local de aquisição da carne ovina, nota-se que os níveis mais elevados de satisfação com cortes e embalagens (escala 4 - bem satisfeitos) correspondem ao ponto de venda “supermercado”, enquanto os produtos obtidos diretamente do produtor rural apresentam nível médio de satisfação (escala 3 - satisfeito) e o ponto de venda “açougue” apresenta tendência de classificação na escala 2 (moderadamente satisfeito).

De maneira geral, os produtos cárneos recebem atenção especial das empresas frigoríficas quanto à apresentação dos diferentes tipos de cortes, visando a colocação de produtos em redes de hiper ou supermercados, tendo em vista

TABELA 3 - Coeficientes de Correlação entre as Variáveis Analisadas e os Respectivos Fatores (em Destaque), Variância Explorada e Proporção Total da Variância Explicada

Item	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4	Fator 5
Renda familiar	-0,057	-0,092	-0,411	-0,055	-0,731
Escala de maciez	0,994	0,047	0,028	0,043	0,020
Escala de suculência	0,994	0,030	0,038	0,060	0,005
Escala de cor	0,994	0,049	0,017	0,055	0,031
Escala de gordura	0,994	0,040	0,024	0,049	0,016
Comparação sabor	0,105	0,062	0,089	0,900	0,020
Comparação maciez	0,114	0,092	-0,036	0,901	-0,085
Comparação preço	0,991	0,055	0,034	0,060	0,018
Comparação gordura	-0,124	-0,075	-0,794	-0,050	-0,082
Aspectos nutricionais	-0,070	-0,041	0,190	0,103	-0,865
Disponibilidade de produtos	-0,008	0,107	-0,828	-0,014	0,081
Satisfação com cortes	0,120	0,887	0,047	0,157	-0,002
Satisfação com embalagens	0,117	0,895	-0,069	0,006	0,095
Satisfação com local	0,988	0,093	0,033	0,059	0,040
Satisfação com preços	0,991	0,079	0,013	0,043	0,039
Satisfação com disponibilidade	0,993	0,055	0,014	0,048	0,035

Fonte: Dados da pesquisa.

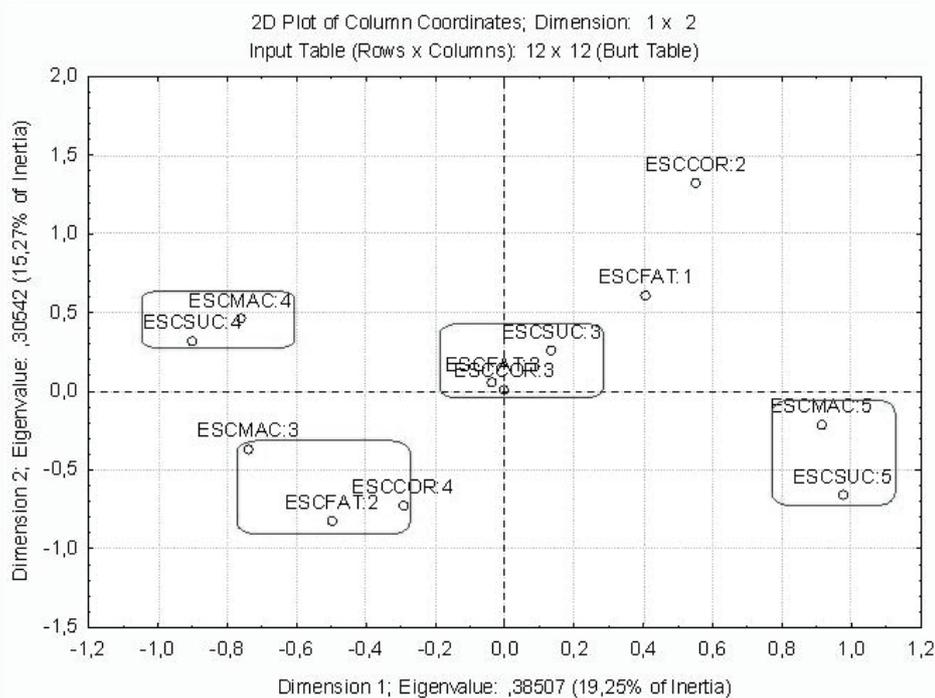


Figura 1 - Correspondência Múltipla entre as Variáveis Preferência em Relação à Maciez (ESCMAC), Suculência (ESCSUC), Cor (ESCCOR) e Quantidade de Gordura (ESCFAT).

Fonte: Dados da pesquisa.

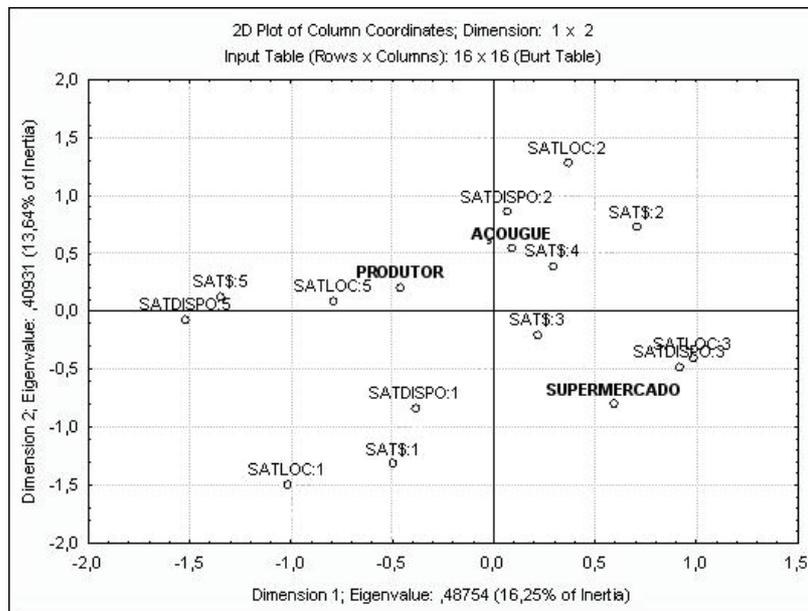


Figura 2 - Análise de Correspondência Múltipla entre as Variáveis Local de Aquisição, Satisfação com o Local (SATLOC), Satisfação com Preços (SAT\$) e Satisfação com Disponibilidade (SATDISPO).
Fonte: Dados da pesquisa.

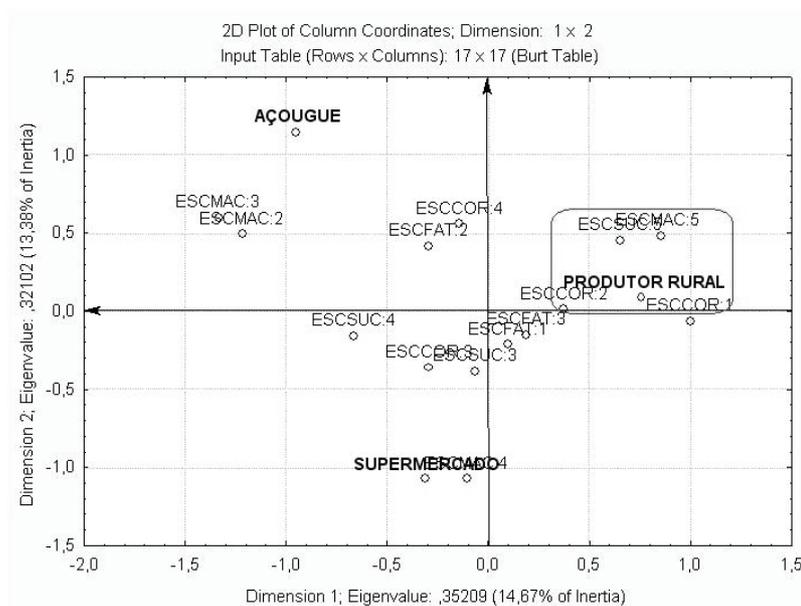


Figura 3 - Correspondência Múltipla entre o Local de Aquisição da Carne Ovina e Variáveis Relacionadas às Características de Maciez (ESCMAC), Suculência (ESCSUC), Cor (ESCCOR) e Quantidade de Gordura (ESCFAT).
Fonte: Dados da pesquisa.

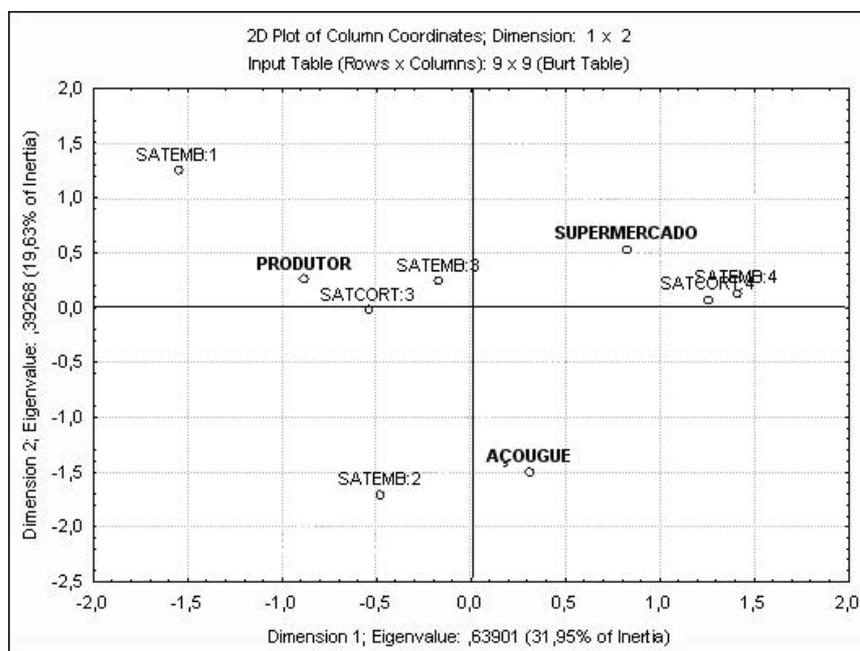


Figura 4 - Correspondência Múltipla entre o Local de Aquisição da Carne Ovina e Variáveis Relacionadas à Satisfação dos Consumidores quanto aos Cortes Adquiridos (SATCORT) e Embalagens (SATEMB).
Fonte: Dados da pesquisa.

o autosserviço executado pelos consumidores, ou mesmo na adoção de práticas que venham a diferenciar os produtos.

Analisando a correspondência múltipla entre as variáveis de satisfação de cortes e embalagens, juntamente com a idade dos pesquisados, é possível observar que cada faixa etária analisada possui níveis de satisfação correspondentes diferentes. Consumidores entre 20 e 40 anos são moderadamente satisfeitos e satisfeitos (escalas 2 e 3) em relação às embalagens apresentadas e satisfeitos com os tipos de cortes adquiridos. Consumidores entre 40 e 60 anos estariam bem satisfeitos (escala 4) quanto aos cortes e embalagens, enquanto as pessoas acima de 60 anos seriam a parcela muito satisfeita com esses quesitos (Figura 5).

Quando se avaliam as variáveis de satisfação do Fator 2, juntamente com o nível de escolaridade dos consumidores, tem-se uma clara divisão entre as correspondências múltiplas dos níveis fundamental e superior, a qual, no primeiro caso, os consumidores estariam bem satisfeitos (escala 4) em relação às embalagens e cortes, enquanto no segundo caso, estariam moderadamente satisfeitos e satisfeitos com as embalagens, e satisfeitos com os cortes apresen-

tados (Figura 6).

3.3 - Fator 3 - Facilidade em Encontrar Produtos no Ponto de Venda

Acumulando 9,8% da variância amostral dos dados, o terceiro fator extraído pela técnica multivariada contempla diretamente a questão da disponibilidade (facilidade) em encontrar o produto (carne ovina) nos pontos de venda, associando-a à variável “quantidade de gordura comparada a carnes de preferência”. Importante lembrar que 72,5% dos consumidores entrevistados afirmaram ter a carne bovina como sua preferida.

Analisando a correspondência entre as duas variáveis que compõem o fator (Figura 7), nota-se que produtos com pouca gordura comparada à carne bovina (escala 1) principalmente, em tese mais saudáveis, são os que apresentam a maior dificuldade para aquisição, ou seja, são pouco disponíveis (escala 1). Em contrapartida, carnes ovinas com bastante gordura (escala 4) são encontradas mais facilmente, pois correspondem aos itens moderadamente disponível (escala 2), disponível (escala 3) e tendendo a muito disponível (escala 5). Carnes com muita

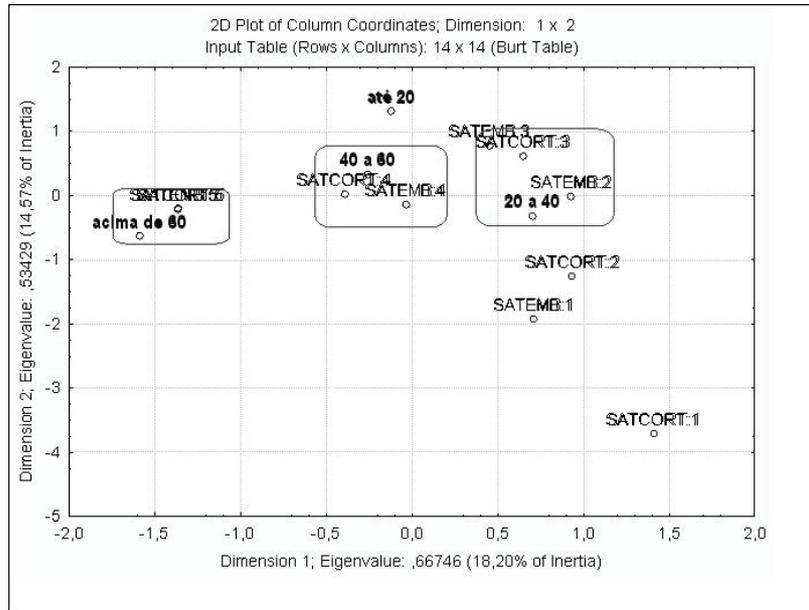


Figura 5 - Correspondência Múltipla entre Idade e Variáveis Relacionadas à Satisfação dos Consumidores quanto aos Cortes Adquiridos (SATCORT) e Embalagens (SATEMB).
Fonte: Dados da pesquisa.

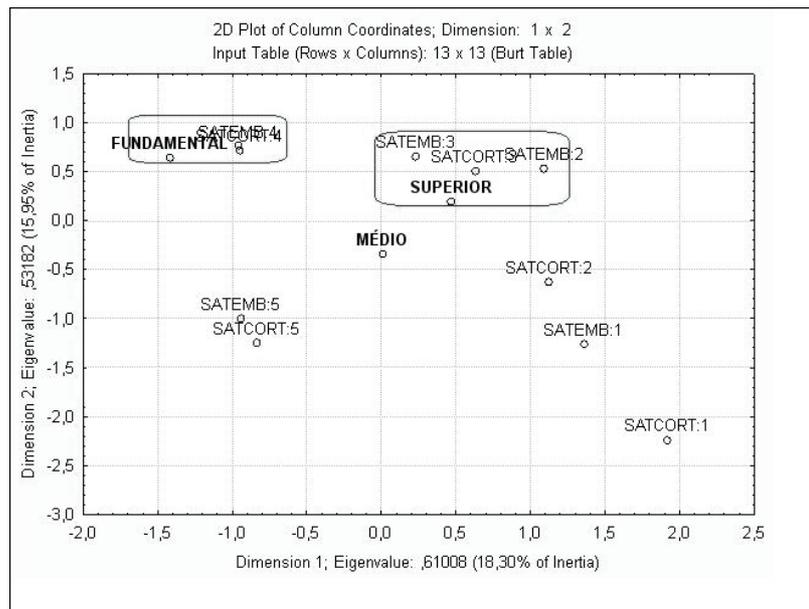


Figura 6 - Correspondência Múltipla entre Escolaridade e Variáveis Relacionadas à Satisfação dos Consumidores quanto aos Cortes Adquiridos (SATCORT) e Embalagens (SATEMB).
Fonte: Dados da pesquisa.

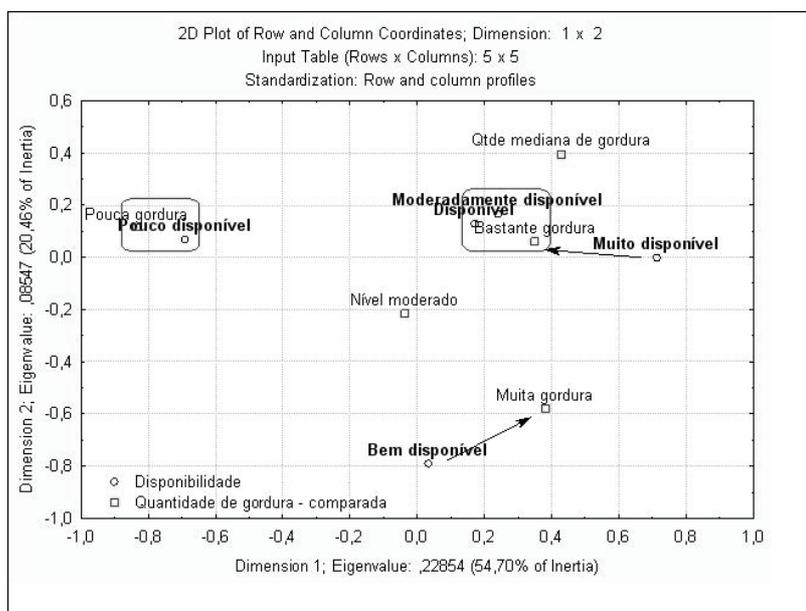


Figura 7 - Correspondência entre a Disponibilidade (Facilidade) para Adquirir Carne Ovina nos Pontos de Venda e a Quantidade de Gordura Comparada a Outras Preferidas.

Fonte: Dados da pesquisa.

gordura (escala 5) tendem facilmente à correspondência com itens classificados como bem disponível (escala 4).

Outra questão interessante é que a variável “disponibilidade” tem correlações significativas ($p < 0,05$) com as variáveis “idade” (-0,255) e “preferência pelo sabor” (-0,29), servindo-nos como base potencial para avaliação da correspondência entre as variáveis. No tocante à idade, a disponibilidade moderada (escala 2) tem correspondência com a faixa etária de 40 a 60 anos; enquanto a classe acima de 60 anos corresponderia à percepção de pouca disponibilidade do produto (escala 5).

Na figura 8, é possível se observar diferentes relações entre as escalas de preferências de sabor e a disponibilidade (facilidade) em encontrar carne ovina nos pontos de venda. Produtos com sabor levemente forte (escala 4) correspondem a pouca disponibilidade (escala 1); carnes com sabor moderado (escala 3) a moderadamente disponíveis (escala 2) e produtos com sabor forte e acentuado (escala 5) tendem a estar disponíveis (escala 3); e, por fim, carnes com sabor suave e levemente acentuado correspondem às maiores disponibilidades, bem disponível (escala 4) e muito disponível (escala 5).

3.4 - Fator 4 - Comparação com Outras Carnes Preferidas

O fator concentra 9,6% da variância amostral e reflete a opinião dos consumidores sobre a carne ovina em comparação a outros tipos de carnes de preferência. A análise de frequência das variáveis ligadas ao ranqueamento de preferência no consumo de carnes apontou que 72,5% dos entrevistados têm a carne bovina em primeiro lugar. As variáveis “comparação-sabor” e “comparação-maciez” ligaram-se ao fator analisado e apresentaram correlações significativas ($p > 0,05$) com as variáveis “escolaridade” (0,25) e “consumo” (0,24), excluídas durante o processo de extração e identificação de fatores.

Analisando a correspondência entre as variáveis comparativas do Fator 3 (Figura 9), nota-se grande semelhança de atribuição de valores nas escalas de ambas (com exceção da escala 1). Isso pode sinalizar que as duas características, sabor e maciez, quando em comparação a outros produtos cárneos, têm a mesma relevância, possibilitando grande diferenciação do produto analisado. Seriam como características marcantes da carne ovina, diferenciando-a da carne bovina, principalmente.

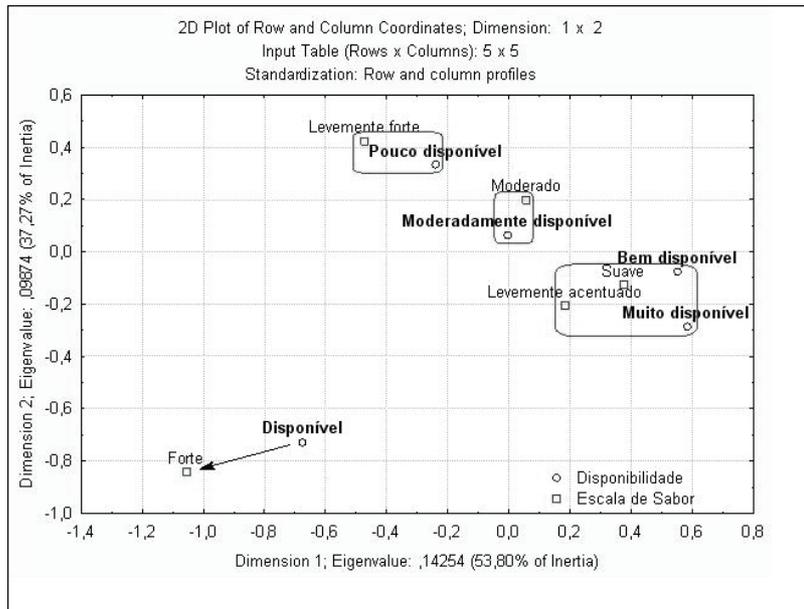


Figura 8 - Correspondência entre a Disponibilidade (Facilidade) para Adquirir Carne Ovina nos Pontos de Venda e Preferência pelo Sabor.
 Fonte: Dados da pesquisa.

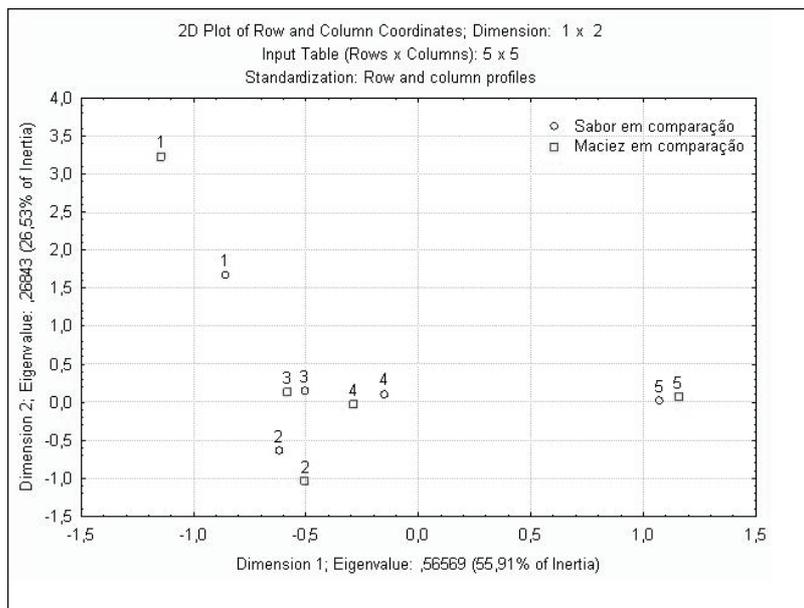


Figura 9 - Correspondência entre as Variáveis Sabor e Maciez, Comparativas da Carne Ovina com Outras Carnes, Especialmente a Bovina.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando a correspondência entre “comparação-maciez” e “escolaridade” dos entrevistados, observa-se que as pessoas com nível superior relacionam-se com a parcela de consumidores de entendimento que a carne ovina é pouco melhor, com tendência a melhor, do que outras carnes preferidas (Figura 10). Os resultados referentes a pessoas com nível fundamental tenderiam à opinião de que a carne ovina tem maciez semelhante a outra carne de preferência, enquanto parte dos entrevistados com nível médio não tiveram boa experiência ao consumirem carne ovina, pois entendem que sua maciez é inferior a outra carne de preferência.

Quando se analisam graficamente as variáveis “comparação-sabor” e “nível de consumo”, nota-se que a parcela de consumidores que quase nunca consomem carne ovina e que possuem consumo moderado correspondem à opinião de que, comparativamente, o sabor da carne ovina é pouco pior do que outras carnes preferidas (Figura 11).

3.5 - Fator 5 - Renda e Aspectos Nutricionais

O quinto e último fator extraído na análise acumula 6,6% da variância amostral e sinali-

za a interessante relação entre as variáveis “renda familiar” e “aspectos nutricionais” da carne ovina no que diz respeito à opinião dos consumidores sobre o produto ser saudável. As duas variáveis apresentam correlações significativas ($p < 0,05$) com a variável “escolaridade” (respectivamente, 0,41 e 0,23) e a correspondência múltipla entre as variáveis pode ser observada na figura 12.

A percepção dos consumidores quanto aos aspectos nutricionais da carne ovina diferencia-se claramente em função do nível de renda e escolaridade. Aqueles que possuem nível de renda familiar até 5 salários mínimos mensais e nível médio de escolaridade entendem que a carne ovina é moderadamente saudável (escala 2). Em contrapartida, consumidores com nível superior e renda entre 5 e 10 salários mínimos têm a percepção de que este produto é bem saudável (escala 4).

Essas informações podem ser utilizadas para o estabelecimento de estratégias de publicidade quanto à expansão da comercialização do produto, diferenciando-o de outras carnes em função de suas características nutricionais (renda mais elevada) ou informando suas características para consumidores com menores níveis de renda.

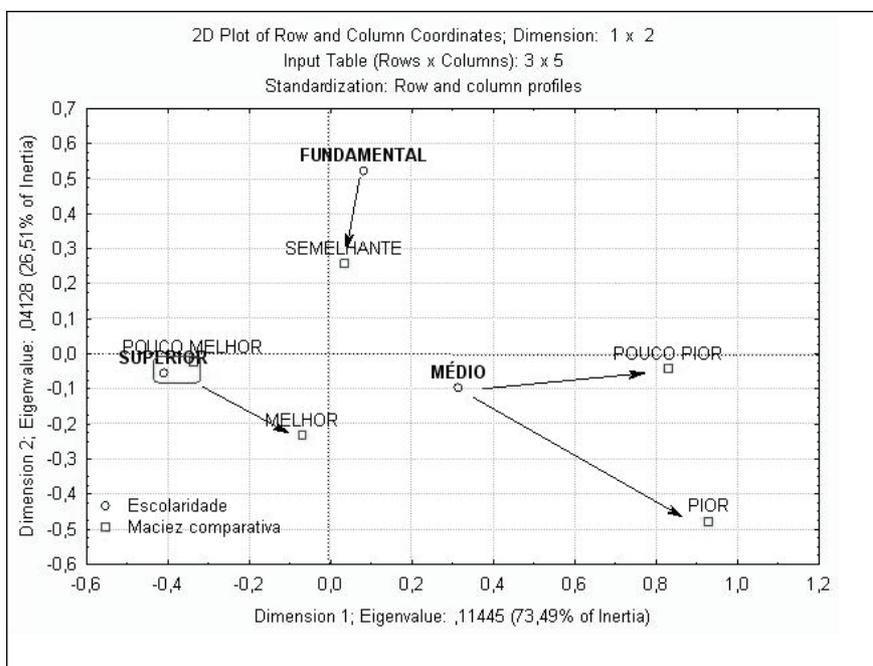


Figura 10 - Correspondência entre as Variáveis Escolaridade e Comparação-Maciez.
Fonte: Dados da pesquisa.

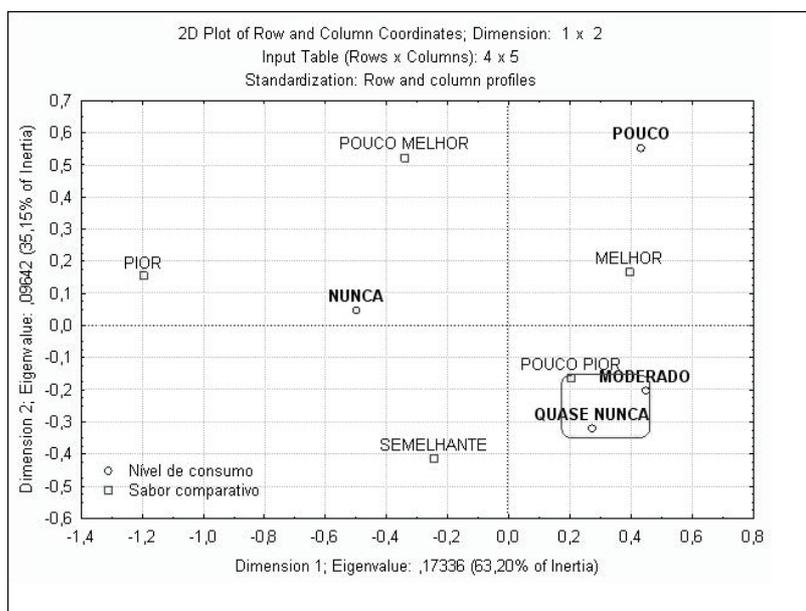


Figura 11 - Correspondência entre as Variáveis Nível de Consumo e Comparação-Sabor.
Fonte: Dados da pesquisa.

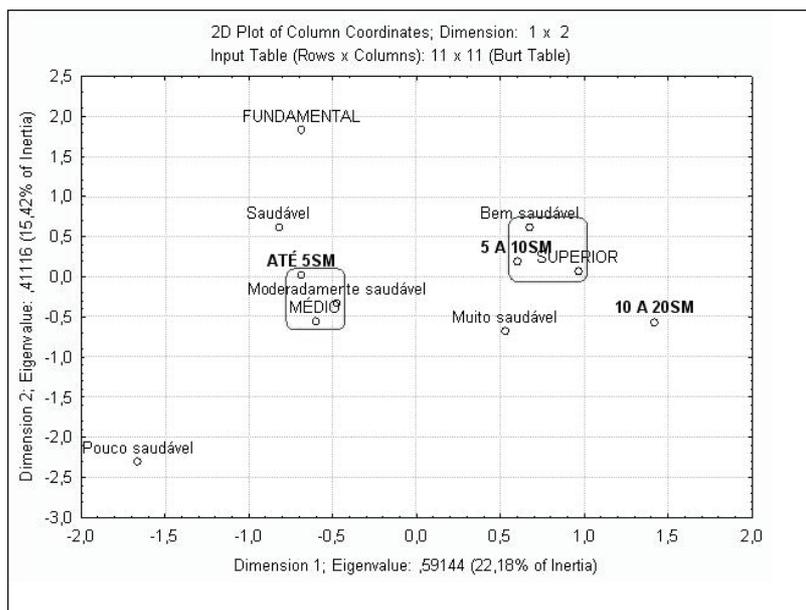


Figura 12 - Correspondência Múltipla entre Renda, Escolaridade e Opinião sobre Aspectos Nutricionais da Carne Ovina.
Fonte: Dados da pesquisa.

4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos na pesquisa fornecem relevantes informações sobre o mercado para a carne ovina no município de Presidente Prudente, Estado de São Paulo, passíveis de utilização para a elaboração de estratégias mer-

cadológicas de cunho regional, visando o abastecimento de aproximadamente 240.000 pessoas que lá residem e estudam, em instituições públicas e privadas.

Vale frisar que 65% dos entrevistados, pessoas que de alguma forma têm o hábito, por menor que seja, de consumir carne ovina, afirma-

ram ter interesse em aumentar o consumo do produto. Embora quase metade dos informantes (45%) adquiram a carne diretamente do local de produção, a dificuldade em encontrar produtos nos locais comuns de comercialização de carne (supermercados e açougues) contribui para o baixo nível de consumo, associado geralmente a festas tradicionais do calendário religioso ou eventos pontuais.

De maneira geral, 66% das pessoas indicaram problemas na disponibilidade, terceiro principal fator na comercialização da carne, e através de testes estatísticos, foi possível observar que produtos com níveis elevados de gordura estão mais disponíveis, contrapondo a preferência explícita dos consumidores por carnes com menores quantidades de gordura. Contudo, é importante ressaltar que, em relação ao sabor, os produtos facilmente encontrados nos pontos de venda apresentavam sabor suave e levemente acentuado, consideradas características preferenciais do consumidor de Presidente Prudente.

O principal fator relacionado ao produto “carne ovina” envolve as suas características mercadológicas no que se refere aos padrões característicos da carne e a satisfação indireta com o local de aquisição dos produtos. Foram encontradas correspondências entre os níveis elevados (preferência) entre maciez e suculência, ou seja, pessoas que preferem carnes bem ou muito macias, também preferem carnes bem ou muito suculentas. A tendência observada para as características da carne ovina sugerem que os

consumidores preferem: sabor pouco acentuado e pequena quantidade de gordura; carnes bem macias e suculentas; e coloração vermelha em nível intermediário.

Talvez por questões culturais da sociedade local e hábitos de consumo criados justamente pela falta de disponibilidade de produtos e desarticulação entre a produção e o beneficiamento, o ponto de venda representado pelo produtor rural corresponderia ao local com maiores níveis de satisfação indireta, tendo sido ainda observado que a carne adquirida possuía padrões elevados de maciez e suculência (melhor produto).

Por fim, outro fator que chama bastante atenção refere-se à relação entre o nível de renda da população local e os aspectos nutricionais da carne ovina que a qualificam como saudável.

Foi observado que consumidores com renda familiar de até 5 salários mínimos e nível médio de escolaridade têm a percepção de que a carne ovina é apenas moderadamente saudável, indicando que este quesito teria baixo impacto em campanhas para aumento de consumo em curto e médio prazo. No entanto, consumidores com renda familiar entre 5 e 10 salários mínimos e nível superior, têm a percepção de que a carne ovina é bem saudável, indicando que, para essa parcela da população, estratégias de *marketing*, conjugando melhoria na oferta do produto com informações sobre seus benefícios nutricionais, poderiam influenciar no aumento do consumo em médio prazo.

LITERATURA CITADA

- BOUROCHE, J. M.; SAPORTA, G. Análise de dados. Tradução de M. Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1980. 116 p.
- CARRER, C. C. et al. Diagnóstico de mercado junto a consumidores de mel no município de Pirassununga, Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**. São Paulo, v. 40, n. 5, p. 5-14, maio 2010.
- FIRETTI, R.; FRANZOLIN, R.; RIBEIRO, M. M. L. O. Análise do Programa Capacitação Rural - SEBRAE/SP e caracterização dos participantes. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, Lavras, v. 8, n. 2, p. 176-189, 2006.
- _____ et al. Similaridades entre municípios do Pontal do Paranapanema: análise de agrupamento em função de características da agropecuária regional. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 57, n. 1, p. 19-33, 2010a.
- _____ et al. Percepção de consumidores paulistas em relação à carne ovina: análise fatorial por componentes principais. **Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**, v.11, n.1, p. 1-13, 2010b.
- GIL, A. Método e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- Informações Econômicas, SP, v. 41, n. 3, mar. 2011.*

HAIR, J. F. et al. Análise multivariada de dados. Trad. Adonai Schlup Sant'Anna. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 688 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo agropecuário 2006**: resultados preliminares. Rio de Janeiro: IBGE, 2007. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/2006/default.shtm>>. Acesso em: 01 nov. 2008.

_____. **Censo demográfico 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

SILVA, V. L. S. et al. Análise econômica e de mercado das alternativas para a estruturação do fluxo de distribuição da cadeia da carne ovina. In: CARRER, C.C. (Org.). **A Cadeia de negócios da ovinocultura de corte paulista**: diagnóstico de pontos críticos e proposta de estruturação técnica e mercadológica. Pirassununga: Lawbook, p. 99-149, 2009.

SIMPLICIO, A. A; SIMPLICIO, K. M. M. G. Caprinocultura e ovinocultura de corte: desafios e oportunidades. **Revista CFMV**. Brasília, ano 12, n. 39, p.7-18, 2006.

TORRES, A. J. et al. **Projeto LUPA 2007/2008**: censo agropecuário do Estado de São Paulo. São Paulo: IEA/CATI/SAA, 2009. Disponível em: <<http://www.cati.sp.gov.br/projetolupa>>. Acesso em: 2009.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS DA CARNE OVINA NO MUNICÍPIO DE PRESIDENTE PRUDENTE, ESTADO DE SÃO PAULO

RESUMO: Neste trabalho, o objetivo foi identificar conceitos ligados a preferências e satisfação de consumidores do município de Presidente Prudente, Estado de São Paulo, em relação a características da carne ovina, e questões ligadas ao seu fornecimento. Na metodologia utilizaram-se técnicas de estatística multivariada destinadas às informações obtidas a partir da aplicação de 80 questionários. Os resultados sugerem a existência de demanda potencial por carne ovina no município e que os consumidores têm buscado o produto principalmente com o produtor rural, pois a qualidade da carne é tida como superior à colocada em outros pontos de venda. Destaca-se, ainda, a relação proporcional entre o nível de renda e a percepção sobre as qualidades nutritivas da carne ovina.

Palavras-chave: agricultura familiar, análise multivariada, ovinocultura, Pontal do Paranapanema.

SHEEP MEAT MARKETING IN THE CITY OF PRESIDENTE PRUDENTE, SAO PAULO STATE

ABSTRACT: The goal of this study was to identify concepts related to consumer preferences and satisfaction level toward sheep meat characteristics, as well as issues related to its supply in the city of Presidente Prudente, Sao Paulo state. The methodology used incorporated multivariate statistical techniques applied to data obtained from 80 questionnaires. The results suggest the existence of potential demand for sheep meat in the city and that consumers buy it mainly from farmers, since their product is considered to have better quality than at other sales points. The proportional relationship between income level and perception of the nutritional qualities of sheep meat is also emphasized.

Key-words: family farming, multivariate analysis, sheep meat, Pontal.

Recebido em 24/01/2011. Liberado para publicação em 24/02/2011.