

CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DA CARNE OVINA EM SOBRAL, ESTADO DO CEARÁ¹

Gleycilene Aguiar de Carvalho²
Cleverton Caçula de Albuquerque³
Alisson Melo de Sousa⁴
Eneas Reis Leite⁵
Aline Vieira Landim⁶
Tereza Cristina Lacerda Gomes⁷

1 - INTRODUÇÃO

A produção de carne ovina foi de aproximadamente 13,7 milhões de toneladas em 2010, e deve alcançar 23 milhões em 2020, dentre os países produtores. Parte desta é destinada ao mercado externo, e todos os produtos gerados pela ovinocultura representam um fluxo anual de cerca de US\$11 bilhões (ALVES et al., 2014).

Sorio (2012) afirma que os rebanhos estão reduzindo nos países tradicionais a produção de carne ovina, por diversas razões como: secas constantes, necessidade de aumentar o espaço para as vacas leiteiras, diminuição de subsídios e crise generalizada na cadeia produtiva da Austrália, Nova Zelândia, Europa e África do Sul, respectivamente.

O Brasil destaca-se entre os 20 maiores produtores mundiais de ovinos, tendo uma participação de 1,6% de todo rebanho mundial, segundo dados do IBGE, oriundos da Pesquisa Pecuária Municipal de 2011. O rebanho efetivo de ovinos em 2011 foi de 17,6 milhões de cabeças, destacando-se a região Nordeste com 10,11 milhões de cabeças ovinas, a região Sul com 4,94 milhões de cabeças, o Centro-Oeste com rebanho de 1,20 milhão de cabeças, a região Sudeste 768.210 cabeças e a região Norte com 627.563 cabeças (ALVES et al., 2014).

A ovinocultura é uma importante atividade

pecuária do Brasil e constitui fonte de renda e subsistência (ALVES et al., 2014). Ainda, Hermuche et al. (2012) e Maranhão (2013), sobre o levantamento da dinâmica da produção de ovinos no Brasil durante o período de 1976 a 2010, constataram que houve nas regiões Nordeste e Sul do país consolidação do rebanho ovino e crescimento deste na região Centro-Oeste.

Contudo, há entraves para a comercialização de ovinos via mercado, dentre os quais se destacam: a sazonalidade da produção, a inexistência de um mercado constante, a exigência de regularidade na oferta, a necessidade de escala para comercialização e a busca por animais jovens por parte dos frigoríficos (SORIO, 2013).

Apesar de tais entraves à comercialização, Alves et al. (2014) afirmam que, mesmo com um consumo interno baixo em comparação aos demais tipos de carne, há um excesso de demanda que requer a importação do produto, principalmente, do Uruguai. Firetti et al. (2010) ressaltam que o Brasil não consegue atender sua demanda interna de carne ovina. E Geron et al. (2012) afirmam que há um mercado com grande potencial para consumo da carne ovina e de seus coprodutos.

Ainda, Sorio, Fagundes e Leite (2008) afirmam que vem aumentando a importância do conhecimento da estrutura da oferta e das possíveis tendências de segmentação de mercado da

¹Registrado no CCTC, IE-49/2015.

²Zootecnista, Universidade Estadual do Vale do Acaraú (e-mail: gley_alc@hotmail.com).

³Zootecnista, Mestre, Universidade Estadual do Vale do Acaraú (e-mail: clevertoncacula@gmail.com).

⁴Zootecnista, Universidade Estadual do Vale do Acaraú (e-mail: allisson.zoot@gmail.com).

⁵Engenheiro Agrônomo, Doutor, Universidade Estadual do Vale do Acaraú (e-mail: enneas.leite@gmail.com).

⁶Zootecnista, Doutora, Universidade Estadual do Vale do Acaraú (e-mail: alinelandim@yahoo.com.br).

⁷Economista, Doutora, Universidade Estadual do Vale do Acaraú (e-mail: tecris26@gmail.com).

carne ovina, que vem se orientando para atender os consumidores de renda mais elevada. E que, apesar do baixo consumo da carne ovina no Brasil, devido à falta de hábito do consumidor, da irregularidade da oferta, da má qualidade e da apresentação inadequada do produto oferecido no mercado interno, a oferta ainda é insuficiente para atender à demanda. Além disso, Bánkuti, Bánkuti e Macedo (2013) afirmam que o consumo de carne ovina ao longo dos últimos anos vem apresentando certa estagnação no Brasil.

Brisola e Castro (2005) afirmam que as pesquisas sobre os perfis de consumidores têm aumentado devido à necessidade que as empresas têm de compreender suas atitudes e preferências, para então definir estratégias de *marketing*. O conhecimento de aspectos demográficos e das preferências dos consumidores auxilia na adequação da oferta ao segmento de mercado que se deseja atingir. Além disso, os aspectos culturais são também fatores decisivos para caracterizar grupos de consumidores. Tais aspectos podem representar para as empresas oportunidades ou ameaças no lançamento de produtos, que devem considerar as preferências dos compradores potenciais.

O desconhecimento do comportamento do mercado dificulta o planejamento dos produtores rurais quanto à escala de produção e características do produto necessárias para atender à demanda. Este fato compromete os resultados econômicos dos sistemas de produção (LEITE; MEDEIROS, 2014). Silveira et al. (2001) comentam sobre a importância de ações estratégicas para identificar características do mercado, a partir da realização de estudos sobre o comportamento do consumidor.

Assim, torna-se oportuno caracterizar os principais aspectos da demanda e da oferta de carne ovina em Sobral, para iniciar a formação de um banco de dados sobre o mercado local que auxilie aos produtores em suas decisões.

2 - METODOLOGIA

O estudo foi realizado em Sobral, por ser um município da região norte do Estado do Ceará que se caracteriza pela importância socioeconômica da produção de ovinos na geração de renda para os pequenos produtores, e pela facilidade

de acesso ao mercado de carne ovina por parte dos pesquisadores.

O universo da pesquisa foi a população de Sobral⁸ e o tamanho da amostra definido segundo metodologia proposta em Malhotra (2004). O referido autor coloca que, para pesquisas cuja população seja superior a 100.000 habitantes, adotando-se um nível de confiança de 95%, que é o mais utilizado em pesquisa de *marketing*, obtém-se uma amostra de tamanho mínimo igual a 385 indivíduos.

A metodologia consistiu em levantamento de dados primários através de questionário elaborado a partir dos resultados discutidos em Martins et al. (2008). Os questionários com questões fechadas e abertas sobre o perfil dos consumidores, bem como as principais características da oferta e demanda da carne ovina, em Sobral, foram aplicados ao acaso nos supermercados por serem pontos comerciais, nos quais há o fluxo de consumidores de diferentes classes sociais e municípios e no mercado de hortifrutigranjeiros e carnes, que é comumente mais frequentado por consumidores da zona rural (Quadro 1). O levantamento foi realizado no período de 27 de julho de 2011 a 30 de janeiro de 2012, em turnos diversos, segundo a disposição dos indivíduos abordados nestes locais em participar da pesquisa.

QUADRO 1 - Locais das Entrevistas com Consumidores, Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012

Local	Bairro
Mercado de hortifrutigranjeiros e carnes	Centro
Alan Mercantil	Centro
Supermercado Rainha I	Betânia
Supermercado Rainha II	Coelce
Supermercado Lagoa	Campo dos Velhos
Supermercado Pinheiro	Junco

Fonte: Dados da pesquisa.

A caracterização do perfil sociodemográfico do consumidor abrangeu: sexo, naturalidade, faixa etária, estado civil, nível de escolaridade, profissão/ocupação e renda familiar. Foram identificadas também as seguintes características da demanda: frequência e época de compra;

⁸186.233 habitantes (IBGE,2010).

quantidade consumida mensalmente; comportamento da compra nos últimos cinco anos; tipos de estabelecimentos onde as compras são realizadas e os fatores que estimulam a compra nos mesmos; preferências segundo os tipos de carne; fatores que desestimulam o consumo da carne ovina; preocupação dos consumidores com a forma como a carne é produzida e aspectos com os quais se preocupam; se têm interesse em aumentar o consumo e que fatores os motivariam a fazê-lo. Sobre a oferta, identificou-se a opinião dos consumidores sobre a qualidade da carne ovina e os motivos para a classificarem de tal forma; a quantidade de estabelecimentos de venda em Sobral, e se consideram que esta precisa aumentar; o preço pago pela carne ovina e suas opiniões sobre o mesmo.

Utilizou-se a análise descritiva dos dados para a identificação da participação percentual de cada característica avaliada e daquelas predominantes na amostra estudada, segundo metodologia adotada por Amaral et al. (2012).

3 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 - Perfil dos Consumidores

O perfil sociodemográfico dos consumidores (Tabela 1) entrevistados em Sobral, Estado do Ceará, pode ser caracterizado pela predominância do sexo feminino, naturalidade sobralense, estado civil casado, faixa etária 30-39, nível escolar médio completo, profissão/ocupação estudante e renda familiar de um a dois salários mínimos.

A predominância de pessoas casadas do sexo feminino possivelmente está associada ao fato de as mulheres serem as principais responsáveis nas famílias pela compra de alimentos. Verificou-se que a maior participação de pessoas com renda familiar de um a dois salários mínimos relaciona-se com o nível de escolaridade médio completo e as principais ocupações dos entrevistados. Em se tratando do nível de escolaridade, prevaleceu o ensino médio completo, seguido do superior incompleto, devido à existência de diversas instituições de ensino superior em Sobral. O perfil dos consumidores estudados confirma que as pessoas com menor renda tendem a fazer compras com maior frequência (em sua maioria com periodicidade semanal), o que difere do comportamento daquelas com maior renda familiar.

TABELA 1 - Características Predominantes do Perfil dos Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012

Discriminação	Part. % de características predominantes ¹
Sexo	
Feminino	57,92
Masculino	42,08
Naturalidade	
Sobral	65,19
Outros	34,81
Faixa etária	
20-29 anos	22,6
30-39 anos	24,15
40-49 anos	12,47
50-59 anos	11,69
Estado civil	
Casado	53,25
Solteiro	40,00
Divorciado	1,82
Viúva	4,93
Escolaridade	
Alfabetizado	10,13
Fundamental completo	8,31
Médio completo	30,91
Superior incompleto	20,26
Profissão/ocupação	
Dona de casa	10,13
Comerciante	8,57
Estudante	15,84
Empregada doméstica	6,75
Renda familiar	
Até 1 SM	18,7
1 a 2 SMs	33,5
3 a 4 SMs	30,39
5 a 6 SMs	9,35

¹Algumas características não totalizam 100% porque foram apresentadas aquelas que predominaram na população estudada.

Fonte: Dados da pesquisa.

As características predominantes entre os consumidores das carnes ovina e caprina em Alagoas identificadas por Martins et al. (2008), Cuenca et al. (2008a) em Salvador e Cuenca et al. (2008b) em Sergipe, foram a maior participação do sexo masculino e a predominância da faixa etária entre 36 e 50 anos.

Quanto ao perfil dos consumidores, Firetti et al. (2010) identificaram, em cidades do Estado

de São Paulo, que as duas faixas etárias predominantes foram: entre 20 e 40 anos (79,2%) e de 40 a 60 anos (18,3%).

Em se tratando do nível de escolaridade, Martins et al. (2008) identificaram em Alagoas a predominância de ensino superior completo (48%), e Cuenca et al. (2008a), em Salvador e Sergipe, a prevalência do superior completo, em percentuais equivalentes a 57% e 58%, respectivamente. Sepúlveda, Maza e Pardos (2011) também identificaram o grau de instrução como importante direcionador do consumo de ovinos, visto que indivíduos com maior nível de instrução têm maior acesso à informação.

Dentre as 60 profissões ou ocupações identificadas dos consumidores de Sobral, Estado do Ceará, aquelas com maior participação na amostra foram: estudante, dona de casa, comerciante e empregada doméstica. As faixas de renda familiar predominantes foram: um a dois salários mínimos, de três a quatro salários mínimos e até um salário mínimo.

Quanto à profissão/ocupação com maior participação no universo dos consumidores de Salvador e Sergipe, Cuenca et al. (2008a, 2008b) verificaram que as predominantes foram: professores e agrônomo. Em se tratando da renda familiar mensal, Cuenca et al. (2008a, 2008b) identificaram, em Salvador e Sergipe, maior participação dos consumidores com renda entre 10 e 20 salários.

Em cidades no interior de São Paulo, Firetti et al. (2010) identificaram resultados diferentes no que se refere à renda dos consumidores de carne ovina, já que 30,11% dos entrevistados tinham renda familiar de até 5 salários mínimos (SMs); 32,2% destes com renda entre 5 e 10 SMs; 23,6% entre 10 e 20 SMs e quase 14% com renda acima de 20 SMs.

Bánkuti, Bánkuti e Macedo (2013) identificaram que em Maringá, Estado do Paraná, houve um maior consumo para os consumidores de renda familiar mais baixa, resultados semelhantes ao deste estudo.

3.2 - Caracterização da Demanda

Entre os consumidores de Sobral que afirmaram comprar a carne ovina (74,55%), observaram-se as seguintes frequências de compra: consomem raramente, uma vez por mês ou

por semana, e uma vez a cada dois meses (Figura 1).

Em relação às épocas em que compram carne ovina, 65,97% dos entrevistados responderam que compram durante todo o ano; 2,07% em maio e junho; 0,77% somente em janeiro e fevereiro, julho e agosto, novembro e dezembro, com iguais porcentagens; 0,51% em março e abril; e 0,26% em setembro e outubro. Verificou-se, portanto, a frequência de compras durante todo o ano, o que expressa que a demanda tende a ser regular.

A quantidade aproximada de carne ovina adquirida mensalmente varia de um a sete quilogramas, com predominância de um e dois quilogramas (Figura 2).

A frequência de consumo de carnes caprina e ovina em Salvador, segundo Cuenca et al. (2008a), estava assim distribuída: consomem uma vez por semana ou uma vez a cada duas semanas, 27% cada; 19% uma vez no mês; e 11% duas vezes por semana. Os mesmos autores verificaram que em Sergipe predominaram as seguintes frequências de consumo: uma vez por mês (21%); uma vez a cada duas semanas e duas vezes por semana, 16% cada. Martins et al. (2008), em Maceió, constataram que: consomem uma vez por semana (33%); duas vezes por semanas (16%); e uma vez a cada duas semanas (15%).

Firetti et al. (2010) identificaram para os consumidores do Estado de São Paulo, as seguintes frequências de consumo da carne ovina: 5,4% informaram nunca ter consumido; 40,9% comem 1 a 2 vezes no ano; 37,6% até uma vez no ano; 10,7% até uma vez por semana; e 5,4% de 1 a 2 vezes na semana.

No Estado do Mato Grosso do Sul, Lucena et al. (2008) concluíram que a frequência de consumo doméstico pela carne ovina é considerada baixa e está associada ao alto preço do produto, pouca informação ao consumidor dos seus valores nutricionais, restrição orçamentária dos indivíduos e à grande diversidade de bens substituídos disponíveis no mercado. Essas informações confirmam que o consumo da carne ovina é maior nas cidades estudadas da região Nordeste.

Com referência ao local onde a carne ovina é comprada em Sobral (Figura 3), constatou-se que 44,42% dos consumidores entrevistados adquiriram esse produto em locais nos quais há ins-

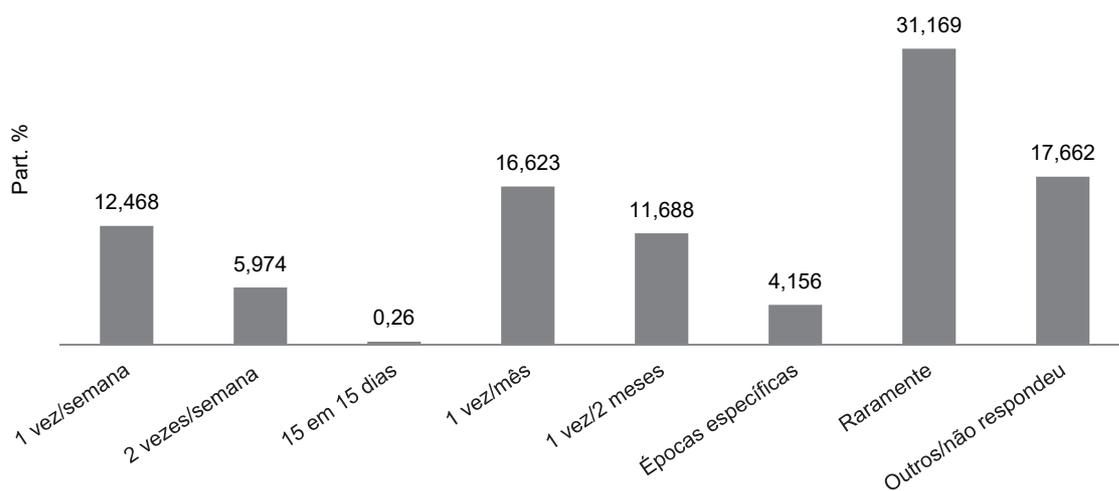


Figura 1 - Frequência de Compra de Carne Ovina, Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012.
Fonte: Dados da pesquisa.

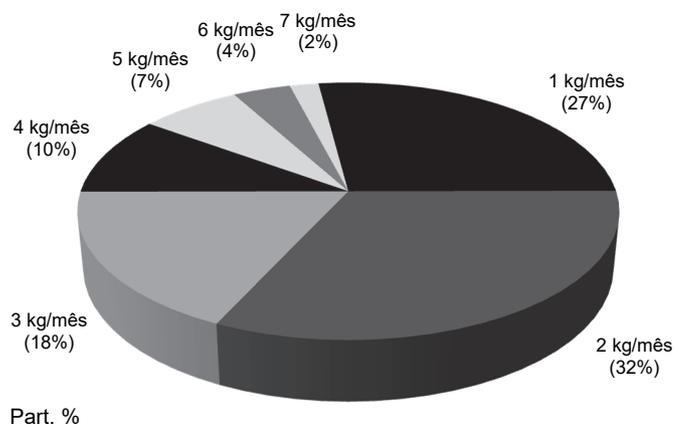


Figura 2 - Quantidade Aproximada de Carne Ovina por Mês, Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012.
Fonte: Dados da pesquisa.

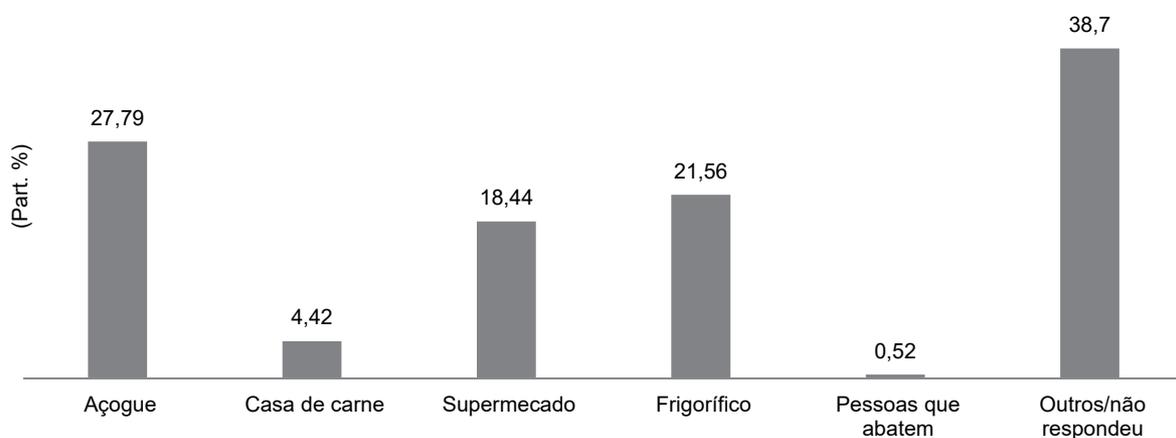


Figura 3 - Tipos de Estabelecimento Onde a Carne Ovina é Comprada, Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012.
Fonte: Dados da pesquisa.

peção sanitária, sugerindo a preocupação do consumidor com a higiene do produto e a segurança do alimento.

Os principais locais de compra das carnes ovina e caprina em Maceió identificados por Martins et al. (2008), Cuenca et al. (2008a) em Salvador e Cuenca et al. (2008b) em Sergipe foram supermercados e açougues.

Em São Paulo, Firetti et al. (2010) constataram que os locais de aquisição de carnes ovina foram: supermercados (38,71% dos consumidores); açougues ou boutiques de carne (33,3%); e diretamente do produtor rural (28%). Os resultados assemelham-se aos obtidos para as cidades da região Nordeste, exceto quanto à compra diretamente do produtor rural.

Analisando os fatores que motivam os consumidores a comprar carne ovina em Sobral, foram identificados nos estabelecimentos citados (Figura 3): a proximidade de sua residência (45,97%), local limpo (22,33%), bom atendimento (16,10%), grande variedade de produtos (14,02%), local confortável e climatizado (12,72%), local que sempre tenha o produto (10,13%), boa conservação do produto (9,61%), boa aparência visual do produto (7,01%), proximidade do local de trabalho (5,97%), segurança de que a carne é saudável porque o animal é vacinado (2,59%), e que tenha estacionamento para veículos (2,33%). Observou-se, assim, que a maioria dos fatores que estimulam o consumidor a comprar o produto estão associados à qualidade dos serviços prestados pelos estabelecimentos (60,76%). Brisola e Castro (2005) identificaram resultados semelhantes deste estudo no Distrito Federal, já que os atributos valorizados pelo consumidor na escolha do local de compra foram: a comodidade e a praticidade oferecidas pelos pontos de venda, bem como a proximidade da residência para os consumidores de faixa de renda intermediária.

Quanto às preferências pelos diferentes tipos de carnes (Tabela 2), observou-se que a carne bovina tem maior aceitação e que a carne ovina está na quinta posição para os consumidores sobralenses.

Em relação às preferências quanto aos tipos de carne, Martins et al. (2008) constataram que 40% das pessoas preferiram a carne bovina; 33% as carnes de aves; 21% o pescado; e 1%, 3%

e 2% as carnes caprina, ovina e suína, respectivamente. Cuenca et al. (2008a), em Salvador, identificaram as seguintes preferências: carne bovina (38%), aves (29%), pescado (23%), caprina (5%), ovina (3%) e suína (2%). Os mesmos autores verificaram, em Sergipe, que 40% dos consumidores têm preferência pela carne bovina, 28% por aves, 25% pelo pescado, 6% pela carne ovina e 2% pelas carnes caprina e suína, separadamente.

Em São Paulo, Firetti et al. (2010) identificaram resultados diferentes deste estudo, visto que a carne ovina ocupou a terceira posição no *ranking* para 31% dos entrevistados, a segunda posição para 21,8% e a primeira para 5,7%. Este resultado mostra que, apesar das quantidades consumidas serem menores, é maior a aceitação da carne ovina entre os paulistanos.

No que se refere aos fatores que desestimulam o consumo da carne ovina em Sobral, destacaram-se: sabor (24,16%), mau cheiro (18,97%), dificuldade de encontrar o produto (11,17%), verificando-se que prevaleceram os fatores associados às características organolépticas do produto, cuja frequência acumulada é 43,13%. Tais resultados expressam que a carne ovina vendida em Sobral é de animais em idade inadequada para o abate, o que implica em cheiro e sabor desagradáveis e, ainda, que não há regularidade no fornecimento desta no mercado local. A irregularidade da oferta e a qualidade inadequada do produto resultam da falta de planejamento dos produtores, não adoção de escalonamento da produção e de técnicas de manejo que assegurem a obtenção de uma carne com melhores odor e sabor. Os fatores que desestimulam o consumo de carne ovina sugerem a falta de iniciativa dos produtores em colocar no mercado derivados cárneos de melhor qualidade.

Firetti et al. (2011) identificaram em Presidente Prudente, Estado de São Paulo, como principais aspectos negativos da oferta da carne ovina citados pelos consumidores: baixa disponibilidade do produto no mercado e altos preços.

Quanto aos fatores que motivam os entrevistados a consumirem a carne ovina em Sobral, Estado do Ceará (Tabela 3), identificou-se que a maioria dos fatores está associada aos atributos de qualidade associados às características organolépticas da carne.

O estudo confirmou que a maior parte

TABELA 2 - *Ranking* de Preferência de Carnes, Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012

Posição	Bovino	Peixe	Suíno	Frango	Caprino	Ovina
Não respondeu	14,54	15,32	16,10	15,84	26,75	26,23
1ª opção	47,53	7,79	10,38	17,14	0	3,63
2ª opção	17,66	16,36	18,96	28,83	1,81	2,85
3ª opção	10,90	24,41	16,88	22,33	3,63	7,27
4ª opção	4,67	26,75	21,55	10,12	5,71	14,02
5ª opção	2,85	5,19	9,09	3,37	26,23	27,27
6ª opção	1,81	4,15	7,01	2,33	35,84	18,70

Fonte: Dados da pesquisa.

TABELA 3 - Fatores que Motivam os Entrevistados a Consumirem a Carne Ovina, Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012

Fator	%
Sabor	39,48
Apenas variar cardápio	17,14
Maciez	14,28
Hábito	8,05
Preocupação com a saúde	7,01
Carne magra	6,49

Fonte: Dados da pesquisa.

desses consumidores não tem consciência sobre os atributos nutricionais da carne ovina e que há a necessidade de promoção de estratégias de *marketing* para divulgação destes.

Martins et al. (2008) identificaram os seguintes fatores que estimulam o consumo das carnes ovina e caprina em Alagoas: carne mais saudável (26%), variar cardápio (19%), mais saborosa (13%), ser mais magra (11%). Cuenca et al. (2008a), em Salvador, observou que para 24% dos consumidores entrevistados, o que motiva o consumo da carne ovina é considerá-la mais saborosa, para 18% é uma carne mais saudável, para 15% esta tem um menor teor de gordura e 12% consomem para diversificar a alimentação. Os mesmos autores identificaram que, em Sergipe, 20% associam o consumo da carne ovina ao seu sabor, 14% para variar cardápio, 12% consideram a carne mais saudável e para 9% essa tem um menor teor de gordura. Para os consumidores de Alagoas, estudados por Martins et al. (2008), Cuenca et al. (2008a) em Salvador, e Cuenca et al. (2008b) em Sergipe, os principais fatores que estimulam a compra da carne ovina foram: conveniência, qualidade, preço pago e produto fresco.

Firetti et al. (2010) identificaram, em São Paulo, resultados diferentes; já o principal fator

que favorece a preferência pela carne ovina em relação às carnes com maior aceitação pelos consumidores entrevistados foi um menor teor de gordura. Os sobralenses citaram o sabor, provavelmente, porque grande maioria dos animais abatidos não tem a idade adequada, o que se reflete nesta característica da carne.

Neste estudo realizado, em Sobral, quando foi perguntado se teriam interesse em aumentar o consumo de carne ovina, 49,61% dos entrevistados disseram que não, e 32,20% que sim, principalmente, se este produto tivesse seu preço reduzido (Tabela 4). Ainda, dentre os consumidores entrevistados, 67,01% demonstraram preocupar-se com a forma de como as carnes que compram foram produzidas e 9,09% não se preocupam com este aspecto. Quanto aos aspectos com que os entrevistados se preocupam em relação à carne ovina, foram identificados: 21,55% com a forma de abate; 17,92% com higienização do local de abate; 8,05% com a saúde dos animais/vacinação; 15,06% com a forma de criação desses animais; 2,33% com a fiscalização; e 1,29% com a armazenagem e/ou conservação da carne. Verificou-se uma maior frequência acumulada para os aspectos relacionados ao manejo dos animais (23,11%) e processamento da carne (39,47%).

TABELA 4 - Fatores que Podem Motivar o Aumento do Consumo de Carne Ovina, Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012

Fator	%
Menor preço	36,36
Maior oferta	11,42
Melhor qualidade	11,16
Produto fresco	11,16
Melhor apresentação	10,13
Facilidade para encontrar	9,35
Oferta regular	8,51
Informações sobre origem da carne	7,79

Fonte: Dados da pesquisa.

3.3 - Caracterização da Oferta

Ao serem questionados como avaliam a carne ovina vendida em Sobral, 63,89% afirmaram que a consideram boa; 8,58% ruim e 27,53% não opinaram. Os entrevistados consideram boa a qualidade da carne ovina devido aos seguintes aspectos: sabor agradável (6,23%), saudável/magra (2,07%), confiança na origem da carne (1,81%), boa aparência (3,11%) e higiene (1,03%). As respostas a essas questões demonstram uma limitada percepção quanto à qualidade do produto, já que dentre os fatores que desestimulam o consumo da carne ovina foram citadas características organolépticas que comprometem a qualidade do produto, como o sabor e o mau cheiro.

Com relação ao número de estabelecimentos de venda de carne ovina em Sobral, Estado do Ceará, 62,59% dos entrevistados responderam que não sabiam; e dentre os que opinaram 2,59% responderam um, 2,85% dois, 3,89% três, 2,59% quatro, 4,15% cinco, 6,23% dez, 3,63% vinte estabelecimentos. Quando perguntados se consideravam que o número de estabelecimentos deveria aumentar, 31,94% responderam que sim, 18,70% que não deveria e 49% não opinaram. A falta de interesse no aumento do número de estabelecimentos de venda da carne ovina deve-se à falta de regularidade na oferta daqueles que o fazem, já que 31,68% responderam que não encontram a carne ovina sempre que procuram nos locais onde costumam adquirir a mesma. Ainda sobre a regularidade da oferta, apenas 32,98% responderam que há disponibilidade da carne ovina nestes estabelecimentos sempre que eles procuram.

Firetti et al. (2010), em São Paulo, constataram resultados semelhantes ao deste estudo, visto que cerca de 74% dos entrevistados afirmaram haver pouca disponibilidade da carne ovina nos locais de compra.

Em Sobral, o preço pago pelo quilograma da carne ovina variou de R\$8,00 a R\$15,00, sendo este considerado justo pelo maior percentual de consumidores (Figura 4).

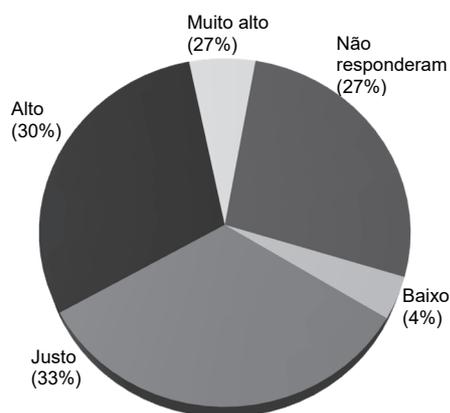


Figura 4 - Opinião dos Consumidores sobre o Preço Pago pela Carne Ovina, Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012.

Fonte: Dados da pesquisa.

Os fatores que desestimulam o consumo da carne ovina em Sobral sugerem a falta de iniciativa dos produtores em colocar no mercado derivados de melhor qualidade, visto que o preço do produto não demonstrou ser importante para o maior percentual de consumidores.

Sobre os preços pagos pelo quilograma da carne ovina, Cuenca et al. (2008a) em Salvador, Estado da Bahia, identificaram: R\$12,00; R\$7,00; R\$10,00; R\$9,50 ou R\$9,00. Os mesmos autores verificaram em Sergipe os seguintes preços: R\$7,00; R\$8,00; R\$6,00; R\$6,50; R\$7,50; e R\$5,00. Martins et al. (2008) em Alagoas, constataram os seguintes preços para o kg de carne ovina: R\$12,00; R\$9,00; R\$10,00; R\$13,00; R\$9,50; e R\$12,50. Em se tratando da opinião dos consumidores sobre o preço pago pelas carnes caprina e ovina em Salvador, Cuenca et al. (2008a) identificaram que a maioria destes considerou-o regular, bom ou ruim. Em Sergipe, os mesmos autores e Martins et al. (2008), em Alagoas, verificaram que o preço era considerado pela maior parte dos consumidores bom ou regular (Tabela 5).

TABELA 5 - Características Predominantes da Oferta de Carne Ovina em Sobral, Estado do Ceará, Julho de 2011 a Janeiro de 2012

Característica	Part. % de características predominantes
Qualidade da carne	
Boa	63,89
Ruim	8,58
Quantidade de estabelecimentos	
Não sabiam	62,59
Dez	6,23
É necessário aumentar a quantidade de locais de venda	
Sim	31,94
Não	18,70
Regularidade da oferta	
Sim	32,98
Não	31,68
Preço pago	
R\$15,00	5,19
R\$8,00	4,67
Opinião sobre o preço pago	
Justo	33
Alto	30

¹Algumas características não totalizam 100%, porque foram apresentadas aquelas que predominaram na população estudada.

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados diferiram dos obtidos por Firetti et al. (2010), em São Paulo, visto que 74,1% dos consumidores informaram que a carne ovina tem o preço mais elevado do que a carne de consumo preferencial. Essa percepção dos consumidores foi confirmada em estudo posterior, no qual

Firetti, Albert e Zundt (2013) comentam que os preços de venda ao consumidor, em cidades do interior de São Paulo, podem ser considerados elevados quando comparados aos preços dos demais tipos de carne, principalmente, para o peso da peça desossada. Para exemplificar, citam os preços da paleta e do pernil de ovinos com osso, desossados e considerando-se apenas o rendimento em carne que foram: R\$23,61 e R\$26,68/kg, R\$29,60 e R\$32,20, e R\$41,05 e R\$42,73, respectivamente. E ressaltaram que o preço do filé-mignon bovino varia entre R\$27,50 e R\$32,50/kg e o da picanha bovina (primeira linha) varia de R\$30,00 a R\$40,00/kg. Os autores comentam que a menor competitividade da carne ovina, quando comparada aos produtos cárneos, resulta da ovinocultura ser uma cadeia de negócios em desenvolvimento.

Em Sobral, Estado do Ceará, embora os preços da carne ovina em supermercados e casas de carne sejam superiores aos praticados no mercado de hortifrutigranjeiros e carnes, ainda são menores que os preços dos cortes nobres da carne bovina.

4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se que se faz necessária a realização de campanhas de conscientização sobre os atributos nutricionais da carne ovina no mercado local para estimular o seu consumo. Há, ainda, a necessidade de regularidade da oferta deste produto para atender à demanda e de divulgação dos locais de venda existentes em Sobral, Estado do Ceará.

LITERATURA CITADA

ALVES, L. G. C. et al. Produção de carne ovina com foco no consumidor. **Enciclopédia Biosfera**, Goiânia, v. 10, n. 18, p. 2399- 2415, 2014.

AMARAL, D. S. do. et al. Perfil dos consumidores da carne de sol comercializada nos municípios de em Caicó e Currais Novos - RN. **Acta Veterinaria Brasilica**, Mossoró, v. 6, n. 4, p. 302-311, 2012.

BÁNKUTI, F. I.; BÁNKUTI, S. M. S.; MACEDO, F. de A. F. A informalidade em sistemas agroindustriais: um estudo exploratório dos hábitos de consumo de carne ovina na cidade de Maringá, Estado do Paraná. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 43, n. 1, p. 5-17, 2013.

BRISOLA, M. V.; CASTRO, A. M. G. Preferência do consumidor de carne bovina do Distrito Federal pelo ponto de compra e pelo produto adquirido. **Caderno de pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 81-99, 2005.

CUENCA, M. A. G. et al. **Caracterização do consumo das carnes caprina e ovina em Salvador**. Sobral: Embrapa caprinos e ovinos, 2008a.

_____. et al. **Caracterização do consumo das carnes caprina e ovina em Sergipe**. Sobral: Embrapa caprinos e ovinos, 2008b.

FIRETTI, R.; ALBERTI, A. L. L.; ZUNDT, M. Comercialização de carne ovina em cidades do interior do estado de São Paulo. **Pesquisa e Tecnologia**, São Paulo, v. 10, n. 2, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.aptaregional.sp.gov.br/acesse-os-artigos-pesquisa-e-tecnologia/edicao-2013/julho-dezembro-1/1400-comercializacao-de-carne-ovina-em-cidades-do-interior-do-estado-de-sao-paulo/file.html>>. Acesso em: jan. 2015.

_____. et al. Aspectos mercadológicos da carne ovina no município de Presidente Prudente, Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 41, n. 3, p. 5-18, 2011.

_____. et al. Percepção de consumidores paulistas em relação à carne ovina: análise fatorial por componentes principais. **Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**, Salvador, v. 11, n. 1, p. 1-13, 2010.

GERON, L. J. V. et al. Desempenho de cordeiros em terminação suplementados com caroço de algodão (*Gossypium hirsutum* L.) e grão de milho moído (*Zea mays* L.). **Archives of Veterinary Science**, Paraná, v. 17, n. 4, p. 34-42, 2012.

HERMUCHE, P. M. et al. Dynamics of sheep production in Brazil using principal components and auto-organization features maps. **Revista Brasileira de Cartografia**, Rio de Janeiro, n. 64, v. 6, p. 821-832, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Banco de dados**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=231290>>. Acesso em: fev. 2016.

LEITE, E. R.; MEDEIROS, J. X. Agronegócio da ovinocultura deslanada no Brasil. In: SELAIVE, A. B.; OSÓRIO, J. C. S. (Eds.). **Produção de ovinos no Brasil**. São Paulo: Roca, 2014. p. 564-582.

LUCENA, L. P. et al. Cadeia produtiva da ovinocultura em Mato Grosso do Sul: uma análise de seu sistema de coordenação agroindustrial. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 46., 2008, Rio Branco. **Anais...** Brasília: SOBER, 2008. CD-ROM.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 719 p.

MARANHÃO, R. L. A. **Dinâmica da produção de ovinos no Brasil durante o período de 1976 a 2010**. 2013. 42 p. Monografia (Bacharel em Geografia) - Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Humanas, Departamento de Geografia, Brasília, 2013.

MARTINS, E. C. et al. **Caracterização do consumo das carnes caprina e ovina em Alagoas**. Sobral: Embrapa caprinos e ovinos, 2008.

SEPÚLVEDA, W. S.; MAZA, M. T.; PARDOS, L. Aspects of quality related to the consumption of lamb meat. Consumers versus producers. **Meat Science**, Vol. 87, Issue 4, pp. 366-372, 2011.

SILVEIRA, H. et al. A coordenação na cadeia produtiva da ovinocultura como instrumento para o desenvolvimento regional: o caso da iniciativa local do cordeiro Herval Premium. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOL-

VIMENTO REGIONAL, 2., 2001, Santa Cruz do Sul. **Anais...** Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, 2001. CD-ROM.

SORIO, A. A carne ovina e o abate clandestino: a informalidade tem jeito? **Revista Cabra e Ovelha**, São Paulo, n. 78, 2013.

SORIO, A. Carne ovina: perspectivas para 2012-2020. *Revista o Berro*, Uberaba, n. 153, 2012.

_____. FAGUNDES, M. B. B.; LEITE, L. R. C. Oferta de carne ovina no varejo de Campo Grande (MS): uma abordagem de marketing. *Agrarian*, v. 1, n. 1, p. 145-156, 2008.

CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DA CARNE OVINA EM SOBRAL, ESTADO DO CEARÁ

RESUMO: O conhecimento das preferências dos consumidores é fundamental para subsidiar os produtores nas decisões referentes à quantidade e à qualidade do produto a ser ofertado. Esta pesquisa objetivou caracterizar a oferta e a demanda da carne ovina em Sobral, Estado do Ceará. O levantamento de dados primários foi realizado com o uso de questionários, os quais foram aplicados a uma amostra representativa de 385 consumidores nos supermercados e no mercado de hortifrutigranjeiros e carnes da cidade. O estudo evidenciou que há baixa demanda pela carne ovina, sem época específica de consumo; o consumo mensal equivale a dois quilos por família; a carne ovina ocupa a quinta posição entre as preferências da população. Quanto à percepção dos consumidores sobre a oferta, verificou-se que os açougues e os frigoríficos são os pontos de venda mais comuns; os consumidores preocupam-se com a forma como a carne é produzida, consideram os preços de venda da carne ovina como justos e que há necessidade de aumentar a quantidade de locais de venda. Enfatizam também a falta regularidade na oferta. Concluiu-se que a falta de agregação de valor desestimula o consumo, sendo necessárias campanhas para a conscientização sobre os atributos nutricionais da carne ovina.

Palavras-chave: demanda de alimentos, economia, fatores socioeconômicos.

CHARACTERIZATION OF THE SHEEP MEAT MARKET IN THE SOBRAL CITY, STATE OF CEARA, BRAZIL

ABSTRACT: Knowing consumer preferences is fundamental to subsidize producers' decisions about quantity and the quality of products being offered. This study aimed to characterize the supply and demand of lamb in Sobral, State of Ceará. Primary data collection was carried out using questionnaires applied to a representative sample of 385 consumers in supermarkets and in fruit, vegetables and meat markets. The study evidenced that there is a low demand for sheep meat, no specific consumption time, a monthly consumption of four pounds of meat per family and that lamb meat ranks fifth in consumers' preferences. In relation consumer perception of the offer, it was found that butcher and meat shops are the most common selling points and that consumers are concerned about how the meat is produced. They also find the sale price of sheep meat fair, but that there is a need to increase the number of sale locations. Furthermore, they emphasize the lack of a regular supply. It was concluded that the lack of added value discourages consumption, which underlies the need for campaigns to raise awareness about the nutritional attributes of sheep meat.

Key-words: food demand, economics, socio-economic factors.

Recebido em 28/10/2015. Liberado para publicação em 03/06/2016.