

10º Siepex Salão Integrado de Ensino,
Pesquisa e Extensão da Uergs

20
anos



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSN do Livro de Resumos: 2448-0010

MAPEAMENTO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DA CARNE OVINA NO MUNICÍPIO DE CACHOEIRA DO SUL – RS, BRASIL

Amanda Refosco PORTO¹; Marcelito CAVALHEIRO; Chaiane Leal AGNE²;

¹ Curso de Bacharelado em Agronomia; Unidade Cachoeira do Sul. UERGS. ¹ Curso de Bacharelado em Agronomia; Unidade Cachoeira do Sul. UERGS ² Professora orientadora..

E-mails: amandaportoagro@gmail.com; marcelito.cavalheiro@hotmail.com; chaiane-agne@uergs.edu.br.

Resumo

Este artigo teve como objetivo principal mapear os canais de venda carne ovina no município de Cachoeira do Sul. Como metodologia, foi utilizado um formulário semiestruturado, aplicado por meio da plataforma *google forms* nos principais estabelecimentos comerciais de pequeno, médio e grande porte do município. A carne ovina é comprada esporadicamente, representando, para um terço da amostra, de 0 a 5% do total de vendas em comparação com os demais tipos de carnes. Quanto à origem, destacam-se as aquisições dos frigoríficos do estado e do município, além da compra diretamente do produtor. Pode-se encontrar as versões congelada e resfriada, onde os cortes paleta e costela são os preferidos dos consumidores. A carne ovina foi inserida como opção de compra no máximo há 5 anos para metade dos estabelecimentos e é um atrativo para o público de faixa média-alta, que busca experimentar sabores e valorizar a cultura local.

Palavras chave: Ovinocultura. Carne ovina. Estabelecimentos comerciais. Comercialização.

INTRODUÇÃO

A ovinocultura é considerada uma das principais atividades agropecuárias no Brasil. As possibilidades de geração de produtos para comercialização incluem o desenvolvimento de raças voltadas para a produção de carne. Porém, em se tratando de mercados consumidores, algumas mudanças podem ser evidenciadas, especialmente impulsionadas pelo aumento de renda da população e pelo incremento do abate de animais jovens. Tais condições ocasionaram um aumento na demanda pela carne ovina, sinalizando uma oportunidade para novos investimentos no setor no contexto brasileiro. Esse produto pode indicar, ainda, um excelente potencial para atuar como substituto de outras carnes, especialmente a bovina (VIANA, WAQUIL e SPHOR, 2010; ÁVILA et al., 2013; VIANA, REVILLION e SILVEIRA, 2013). Porém, a cadeia produtiva da carne ovina apresenta alguns desafios, os quais estão relacionados às relações entre produtores rurais, frigoríficos, abate de animais de descarte, além da baixa oferta do produto nas gôndolas dos supermercados e elevado preço da carne (PEREIRA NETO, 2004; FIRETTI et al. 2010). Além disso, estima-se que 90% da carne ovina consumida no país sejam provenientes do mercado informal (SÓRIO e RASI, 2010). O estado do Rio Grande do Sul importa carne ovina do Uruguai, necessidade que é justificada pelo consumo que é maior comparado à produção (COSTA, 2007; VIANA e SILVEIRA, 2009). No entanto, em estudo apresentado pelo SEBRAE (2017), 12% da população gaúcha nunca consumiu a carne ovina, seja por não possuir hábito ou pela dificuldade de acesso à compra. Com base no exposto, este artigo tem como objetivo descrever as interpretações sobre o consumo, demanda e preferências dos consumidores a partir dos principais canais de comercialização da carne ovina no município de Cachoeira do Sul.

MATERIAIS E MÉTODOS

Considerando os objetivos da pesquisa, que consistiu em realizar o mapeamento dos canais de comercialização da carne ovina, foi utilizado um formulário composto por questões qualitativas e



quantitativas, cujas variáveis foram definidas em parceria com as instituições envolvidas. As questões foram organizadas na plataforma on line (*Google forms*) em virtude dos protocolos de restrição da pandemia de COVID-19. O formulário teve o foco na descrição sobre as características dos estabelecimentos, origem da carne e a percepção dos proprietários sobre o consumo da carne ovina. Primeiramente, as empresas foram contatadas pelo telefone, tendo em vista fazer uma breve apresentação da pesquisa, justificativa e contribuições. Posteriormente, o link do questionário foi enviado pelo *Whatsapp*. Quanto à amostra dos estabelecimentos, foram considerados quarenta dos cinquenta existentes, incluindo diferentes características: de pequeno, médio e grande porte e também, localizados em diversos bairros do município. Além disso, também foram incluídos na amostra os restaurantes, tendo em vista ampliar a possibilidade de análise no que diz respeito às preferências de consumo nas situações das refeições e pratos oferecidos nestes locais. Os dados foram analisados de forma quantitativa.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao total, foram entrevistados 40 gestores ou proprietários de estabelecimentos comerciais situados no município de Cachoeira do Sul. Quanto ao porte dos estabelecimentos, a maioria da amostra foi classificada em “pequeno”, representando em número e porcentagem (23 e 57%), respectivamente. A classificação “médio porte” representa a realidade de 16 estabelecimentos (40% da amostra). Apenas um estabelecimento foi classificado como de grande porte. Quando questionados sobre o tempo em que comercializam a carne ovina, 50% da amostra relatou que vende de 0 a 5 anos. O restante da amostra comercializa de 8 a 10 anos e de 15 a 65 anos (10 respondentes e 25% cada um). Quanto ao preço da carne ovina, 55% dos estabelecimentos vendem no valor acima de 30 reais, enquanto os valores entre 21 a 30 e até 20 reais correspondem a 30% e 15% respectivamente. Considerando a porcentagem de venda da carne ovina nos estabelecimentos em relação às vendas totais de carne é possível observar que na maioria dos estabelecimentos essa venda representa no máximo 5%, enquanto que em 10 estabelecimentos a porcentagem de vendas está situada na faixa de 10 a 20%. Em menor número, foi possível identificar as porcentagens (de 30 a 40%, dois estabelecimentos) e 70% (um estabelecimento). Os estabelecimentos foram questionados sobre a origem da carne ovina que comercializam, conforme Figura 1. Tal questão foi inserida e considerada pertinente para investigar sobre o escoamento da produção local. Nesse sentido, é pertinente destacar que o município não conta com um local de abate e industrialização da carne. Há um único frigorífico localizado na zona rural, mas que não é especializado no abate de ovinos. Apesar disso, foi possível identificar que 12 estabelecimentos compram a carne de frigoríficos e produtores locais, enquanto a maioria adquire a carne ovina de frigoríficos localizados em outras cidades do RS. Para 10 estabelecimentos, a compra é efetuada mediante contatos com frigoríficos da região e em menor número observa-se que os estabelecimentos compram de frigoríficos foram do RS e do país.

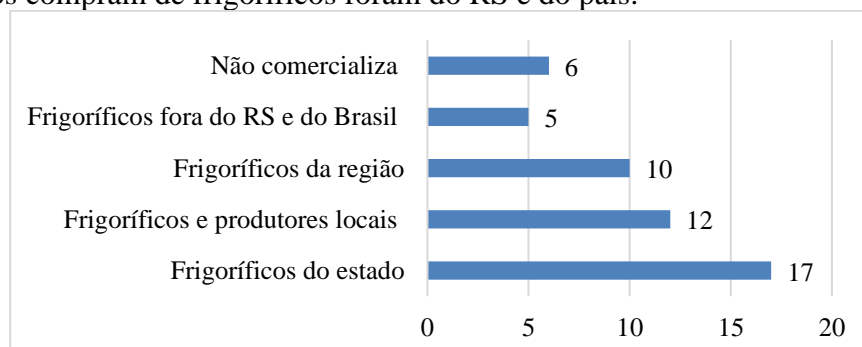


Figura 1 – Origem da carne ovina

Fonte: Da pesquisa (2020)

<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSN do Livro de Resumos: 2448-0010

A figura 2, a seguir, apresenta as informações sobre a frequência de compra da carne ovina. Para a maioria da amostra, essa compra ocorre esporadicamente. Para 9 dos 40 estabelecimentos que participaram da pesquisa, a compra é realizada entre 1 a 3 vezes por ano. Tal situação foi justificada pelos estabelecimentos pela demanda da carne, sendo que a procura é maior nos meses de festas de final de ano, ou em comemorações específicas, como aniversários e confraternizações. Para cinco estabelecimentos a compra da carne ovina ocorre mensalmente, enquanto cinco precisam comprar quinzenalmente. Do total da amostra, oito estabelecimentos relataram que efetuam a compra da carne semanalmente.

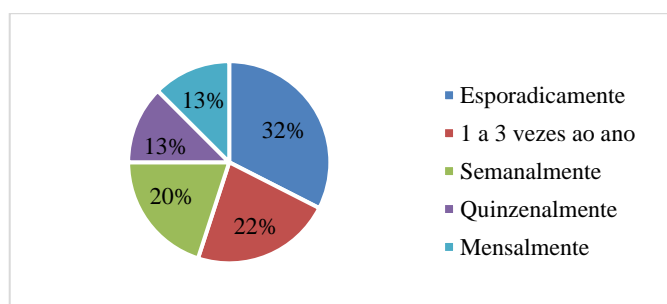


Figura 2 – Frequência de compra da carne ovina pelos estabelecimentos comerciais
Fonte: Da pesquisa (2020)

Conforme a preferência quanto à forma de comercialização da carne ovina, onde a maioria dos estabelecimentos prefere adquirir cortes congelados (17), enquanto 16 mencionaram que compram a carne na forma resfriada. As peças inteiras foram mencionadas por 9 estabelecimentos, sendo que essa forma de compra foi justificada pela possibilidade de separar os cortes no próprio local do açougue, e, também, pela redução do valor da compra. Os principais atributos da carne ovina foram reunidos em um quadro dividido em opções de respostas seguindo a escala *likert* de importância de cinco pontos, onde: 1 (Nada Importante), 2 (Pouco Importante), 3 (Razoavelmente Importante), 4 (Importante) e 5 (Muito Importante). Foi realizada uma média de todas as respostas de cada item (atributo), com a finalidade de obter os dados gerais do mapeamento do mercado para esta questão. Os atributos “Aparência” e “Preço” foram mencionados como importantes e muito importantes para a maioria nos respondentes e ambos obtiveram quase a mesma média (4,2 e 4,17), respectivamente. Em segundo, a origem/procedência da carne foi mencionada como atributo que importa ao consumo (média de 3,9) seguido do registro de inspeção (3,8). Os atributos menos mencionados corresponderam às características: marca comercial ou raça, embalagem ou rótulo e divulgação do produto. No que diz respeito à análise sobre a média baixa para o rótulo/embalagem, a resposta está relacionada à forma de comercialização da carne ovina, que é vendida fracionada, sendo que o corte é geralmente pedido no balcão do açougue. Sobre as dificuldades encontradas para a compra e consumo da carne ovina, a resposta com a porcentagem maior correspondeu aos preços elevados (29,7%) e pouca divulgação do produto, ou seja, ausência ou limitação de propaganda (27,7%) seguida da pouca oferta (26,2%). As duas últimas respostas juntas somam mais que 50% do total de consumidores, indicando desafios e potencialidades sobre o investimento nos canais de comunicação específicos para a carne ovina, sobretudo com mídias que possam influenciar os hábitos de consumo. Com relação ao preço da carne, os consumidores estariam dispostos a comprar pelo preço de 21 a 30 reais o quilograma, correspondendo a 54,21% da amostra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS ou CONCLUSÕES

Este trabalho teve como principal objetivo investigar sobre como os estabelecimentos comerciais percebem as preferências e o consumo da carne ovina no município de Cachoeira do Sul. A amostra



10º Siepex Salão Integrado de Ensino,
Pesquisa e Extensão da Uergs

20
anos



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSN do Livro de Resumos: 2448-0010

envolveu 40 estabelecimentos de pequeno, médio e grande porte. A carne ovina não é um produto que possui um volume de vendas acentuado, cuja assertiva pode ser entendida pela porcentagem vendida em relação às demais carnes, sendo um terço dos estabelecimentos vendem de 0 a 5 %. O tempo de comercialização ainda é bastante recente sendo que metade dos estabelecimentos possuem este item para a compra no máximo há 5 anos. Outra questão refere-se à origem da carne obtida para a comercialização nos estabelecimentos. 17 proprietários/gestores relataram que compram de frigoríficos do estado enquanto 12 adquirem de produtores e frigoríficos locais. Nesse sentido, há possibilidade de escoamento da carne produzida no município no próprio local, mediante investimentos em registro e certificação para o produto. No entanto, é conveniente ressaltar que a carne ovina, diferente da bovina, suína e de frango, é um produto consumido esporadicamente. Tal situação explica porque a maioria dos estabelecimentos não compra o produto com a mesma frequência quando comparado aos demais tipos de carne.

AGRADECIMENTOS: Os autores agradecem ao CNPQ e Inicie-Uergs, além das instituições e órgãos públicos do município de Cachoeira do Sul, as quais contribuíram para o desenvolvimento e viabilização deste trabalho: Núcleo de Criadores de Ovinos (NCCO), Secretaria de Agricultura e Pecuária (SMAP), Sindicato Rural, SEBRAE e Emater.

REFERENCIAS

- _____.; REVILLION, J. P. P.; SILVEIRA, V.C.P. Alternativa de estruturação da cadeia de valor da ovinocultura no Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 9, n. 1, p. 187-210, 2013.
- _____.; WAQUIL, P. A.; SPOHR, G. Evolução histórica da ovinocultura no Rio Grande do Sul: comportamento do rebanho ovino e produção de lã de 1980 a 2007. **Revista Extensão Rural**, Santa Maria, v.17, n. 20, p. 5-26, 2010.
- _____.; SILVEIRA, V. C. P. Análise econômica da ovinocultura: estudo de caso na Metade Sul do Rio Grande do Sul, Brasil. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 39, n. 4, p. 1176-1181, 2009
- COSTA, N.G. A cadeia produtiva de carne ovina no Brasil rumo às novas formas de organização da produção. 2007. 182 p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios)–Programa de Pós-Graduação Multi-institucional em Agronegócios. Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, 2007.
- PEREIRA NETO, O. **Práticas em ovinocultura: ferramentas para o sucesso**. Porto Alegre: SENAR–RS, 2004.136 p.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Tendências no consumo alimentar**. Agronegócio. 2014.
- SÓRIO, A.; RASI, L. **Ovinocultura e abate clandestino: um problema fiscal ou uma solução de mercado?** Revista de Política Agrícola, Brasília, v.19, n. 1, p. 71-83, 2010.
- VIANA, J. G. A.; DORNELES, J. P.; MORAES, M. R. E. **Oferta da pecuária de corte do Rio Grande do Sul: tendência, sazonalidade e ciclos de produção**. Revista de Política Agrícola, Brasília, v.22, n.3, p. 6-17, 2013.