



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA  
CURSO DE AGRONOMIA**

**ANA PAULA DOS SANTOS COSME**

**CARACTERIZAÇÃO DO COMÉRCIO VAREJISTA E DO CONSUMIDOR DE  
CARNES DE CAPRINOS E OVINOS NO MUNICÍPIO DE FORTALEZA-CE**

**FORTALEZA**

**2016**

ANA PAULA DOS SANTOS COSME

CARACTERIZAÇÃO DO COMÉRCIO VAREJISTA E DO CONSUMIDOR DE CARNES  
DE CAPRINOS E OVINOS NO MUNICÍPIO DE FORTALEZA-CE

Monografia submetida à coordenação do Curso  
de Agronomia da Universidade Federal do  
Ceará, como requisito parcial à obtenção do  
título de Engenheiro agrônomo.

Área de concentração: Economia Agrícola

Orientador: Prof. Dr. Kilmer Coelho Campos

FORTALEZA

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca de Ciências e Tecnologia

---

C868c Cosme, Ana Paula dos Santos.  
Caracterização do comércio varejista e do consumidor de carnes de caprinos e ovinos no município de Fortaleza-CE / Ana Paula dos Santos Cosme. – 2016.  
45 f. : il. color.

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências Agrárias, Departamento de Fitotecnia, Graduação em Agronomia, Fortaleza, 2016.

Orientação: Prof. Dr. Kilmer Coelho Campos.

1. Ovinocaprinocultura. 2. Comércio varejista. 3. Comportamento do consumidor. I. Título.

---

CDD 631

ANA PAULA DOS SANTOS COSME

CARACTERIZAÇÃO DO COMÉRCIO VAREJISTA E DO CONSUMIDOR DE  
CARNES DE CAPRINOS E OVINOS NO MUNICÍPIO DE FORTALEZA-CE

Monografia submetida à coordenação do  
Curso de Agronomia da Universidade  
Federal do Ceará, como requisito parcial  
à obtenção do título de Engenheiro  
Agrônomo.

Área de concentração: Economia Agrícola

Aprovada em: 26/01/2016.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Kilmer Coelho Campos (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Rogério César Pereira de Araújo  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Ms. Rommel Darlan Feitosa  
Faculdades do Nordeste (FANOR)

A Deus e a Nossa Senhora.

Aos meus pais, **Maria do Socorro e Francisco das Chagas**, filhos do sertão que não tiveram essa mesma oportunidade que estou tendo agora, mas que moveram mundos e fundos para proporcionar à minha irmã e eu uma educação de qualidade. Só tenho a agradecer e muito a retribuir por toda dedicação, paciência e apoio.

A minha irmã, **Ana Cláudia**, por sempre estar ao meu lado, ter acreditado no meu potencial, ter me ouvido nas horas mais difíceis e pelo “patrocínio” também.

*Minha eterna gratidão*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, acima de tudo, a Deus por ter me dado à oportunidade de construir uma carreira profissional e me erguido nas horas mais difíceis, não me deixando desistir. Agradeço a Nossa senhora por está sempre ao meu lado.

Aos meus pais, Maria do Socorro (por quem tenho grande admiração ) e Francisco das Chagas por toda dedicação e apoio. Por sempre lutarem para o meu melhor.

Ao Prof. Kilmer Coelho Campos, meu orientador, por suas orientações, disponibilidade em ajudar, paciência, carinho e confiança em mim dispensados desde o início dessa parceria.

Aos professores participantes da banca examinadora: Rogério César Pereira de Araújo e Rommel Darlan Feitosa pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões.

A todos os professores que fizeram parte dessa caminhada, pelo conhecimento compartilhado.

A minha irmã, Ana Cláudia, minha fiel escudaria, que sempre esteve ao meu lado e nunca me deixou fraquejar com suas lições de moral e principalmente por ser um exemplo de força.

Ao meu querido Jorge que sempre me estendeu a mão

Aos colegas da turma, pelas reflexões e momentos bons.

“Um sonho que se sonha só, é só um sonho  
que se sonha só, mas sonho que se sonha junto  
é realidade.”

(Raul Seixas)

## RESUMO

Historicamente o consumo de carnes de caprinos e ovinos no Nordeste estava vinculado às áreas rurais, porém com o passar dos anos ganhou seu destaque nas áreas urbanas, ao ponto de surgirem restaurantes especializados nesse tipo de carne. Esse crescimento no consumo está relacionado, principalmente, a questões como a busca por boa qualidade de vida, uma vez que são carnes magras. Com baixos valores de calorias e colesterol, alta digestibilidade, além de uma boa fonte nutricional. Porém, essa elevação na demanda se depara com problemas relacionados à falta de organização do setor produtivo. Partindo da hipótese, que a carne de caprinos e ovinos comercializada nos restaurantes e supermercados do município de Fortaleza não é produzida no seu próprio estado, uma vez que a produção cearense é tradicionalmente pequena e de baixa qualidade; objetiva-se caracterizar o mercado consumidor de carnes de caprinos e ovinos no município de Fortaleza-CE. Especificamente, identificar a origem da carne de caprinos e ovinos que abastece supermercados e restaurantes e caracterizar o perfil dos consumidores de carnes de caprinos e ovinos no município de Fortaleza-CE. Quanto à metodologia, a amostragem empregada foi do tipo não probabilística e intencional com aplicação de questionários em supermercados, restaurantes/churrascarias e consumidores. Os resultados obtidos pela pesquisa se contrapõem a hipótese gerada para a mesma, já que a maioria dos estabelecimentos entrevistados comercializa carne ovina, fornecida por municípios cearenses. Já em relação aos consumidores, 62% gostam da carne caprina ou ovina e 96% consomem. Dentre os consumidores entrevistados, constatou-se que 74% preferem a carne ovina à caprina. Conclui-se que a presente pesquisa identificou que 44% dos consumidores de carnes de caprinos e ovinos de Fortaleza-CE preferem adquirir esse tipo de carne em Feiras livres ou mercados. E com isso, surge a necessidade da realização de outra pesquisa com o intuito de entrevistar vendedores de carne caprina e ovina nos mercados de Fortaleza, buscando descobrir a origem da carne comercializada, a opinião dos mesmos em relação a qualidade da carne. A fim de contrabalançar os resultados obtidos com os dados encontrados na presente pesquisa.

**Palavras-chave:** Origem da carne. Perfil dos consumidores. Fortaleza-CE



## ABSTRACT

Historically the consumption of goat and sheep meat in the Northeast was linked to rural areas, but over the years it gained its prominence in urban areas, to the point arise restaurants specializing in this type of meat. This growth in consumption is mainly related to issues such as the search for good quality of life, since they are as lean meats said. With low values of calories and cholesterol, high digestibility, and a good source of nutrition. However, this increase in demand is faced with problems related to the lack of organization of the productive sector. Assuming that the meat of sheep and goats sold in restaurants and supermarkets in the city of Fortaleza is not produced in their own state, since the Ceará production is traditionally small and of low quality; the objective is to characterize the consumer market for sheep and goat meat in Fortaleza-CE. Specifically, identify the source of meat goats and sheep which supplies supermarkets and restaurants and characterize the profile of consumers of goat and sheep meat in Fortaleza-CE. As for methodology, the employed sample was non-probabilistic and intentional with questionnaires in supermarkets, restaurants / steakhouses and consumers. The results obtained by the survey contradict the hypothesis generated for the same, since the majority of respondents establishments markets, mutton, provided by municipalities in Ceará. In relation to consumers, 62% like the goat or sheep meat and 96% consume. Of the consumers surveyed, it was found that 74% prefer the lamb to the goats. We conclude that this research identified that 44% of the profile consumers of goat meat and Fortaleza-CE sheep prefer to acquire this type of meat in shows or free markets. And with that, the need to carry out another search comes up with the intention of interviewing goats and sheep meat vendors in Fortaleza markets, seeking to discover the origin of the meat sold in the same opinion regarding the quality of meat. In order to counter the results with the data found in this research.

**Keywords:** Origin of meat. Profile consumers. Fortaleza-CE

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Percentual de estabelecimentos que comercializam carne caprina e/ou ovina.....	23
Gráfico 2	– Preço médio pago pelos estabelecimentos por quilo de carne ovina sem, osso, aos seus fornecedores.....	24
Gráfico 3	– Percentual de restaurantes/churrascarias em relação à origem da carne comercializada.....	24
Gráfico 4	– Percentual de supermercados em relação à origem da carne comercializada.....	25
Gráfico 5	– Percentual de consumidores em relação ao gosto por carne caprina e ovina.....	28
Gráfico 6	– Percentual dos consumidores que gostam de carne caprina e ovina em relação ao consumo desse tipo de carne.....	29
Gráfico 7	– Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação ao motivo de consumo.....	31
Gráfico 8	– Percentual de consumidores em relação à preferência por carne caprina ou ovina.....	32
Gráfico 9	– Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação à preferência por carne processada.....	33
Gráfico 10	– Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação ao local de aquisição desse tipo de carne.....	33
Gráfico 11	– Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação aos fatores que influenciam no ato da compra desse tipo de carne.....	34
Gráfico 12	– Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação à avaliação do preço.....	35
Gráfico 13	– Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação ao preço médio pago por quilo de carne.....	35

Gráfico 14 – Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação à quantidade, em quilos, de carne comprada em média por mês.....	36
Gráfico 15 – Percentual de consumidores de carne caprina e ovina que consumiria com mais frequência esse tipo de carne em relação aos fatores que limitam o consumo.....	36
Gráfico 16 – Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação a disponibilidade desse tipo de carne em supermercados.....	37

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Participação dos estados nordestinos nos rebanhos efetivos de caprinos e ovinos na região Nordeste, 2011.....	16
Tabela 2 – Perfil socioeconômico dos consumidores.....	27
Tabela 3 – Percentual de consumidores em relação à preferência por tipos de carne....	28
Tabela 4 – Perfil dos consumidores de carne de caprinos e ovinos.....	30

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ASN	Agência Sebrae de Notícias
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
ETENE	Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste
FBB	Fundação Banco do Brasil
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>1.1</b>	<b>Considerações Gerais</b> .....	14
<b>1.2</b>	<b>O problema e sua importância</b> .....	15
<b>1.3</b>	<b>Hipótese</b> .....	17
<b>1.4</b>	<b>Objetivos</b> .....	17
1.4.1	<i>Objetivo geral</i> .....	17
1.4.2	<i>Objetivos específicos</i> .....	17
<b>1.5</b>	<b>Estrutura da monografia</b> .....	17
<b>2</b>	<b>CONTEXTUALIZAÇÃO DA OVINOCAPRINOCULTURA MUNDIAL E BRASILEIRA</b> .....	18
<b>2.1</b>	<b>Ovinocaprinocultura de corte no mundo</b> .....	18
<b>2.2</b>	<b>Ovinocaprinocultura de corte no Brasil e no Nordeste</b> .....	19
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	20
<b>3.1</b>	<b>Área de estudo</b> .....	20
<b>3.2</b>	<b>Natureza e fonte dos dados</b> .....	21
<b>3.3</b>	<b>População e amostra</b> .....	22
<b>3.4</b>	<b>Método e análise</b> .....	21
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	21
<b>4.1</b>	<b>Comercialização de carne de ovinos e caprinos nos supermercados e restaurantes de Fortaleza-CE</b> .....	22
<b>4.2</b>	<b>A origem da carne de ovinos e caprinos que abastece supermercados e restaurantes de Fortaleza-CE</b> .....	24
<b>4.3</b>	<b>Perfil dos Consumidores entrevistados</b> .....	26
4.3.1	<i>Perfil socioeconômico dos consumidores entrevistados</i> .....	26
4.3.2	<i>Perfil de consumo dos consumidores entrevistados</i> .....	28
<b>4.4</b>	<b>Perfil dos consumidores de carne de ovinos e caprinos</b> .....	29
4.4.1	<i>Perfil socioeconômico</i> .....	29
4.4.2	<i>Perfil de consumo</i> .....	31
4.4.3	<i>Opinião dos consumidores</i> .....	34
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	38
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	39

<b>APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CONSUMIDORES..</b>	<b>41</b>
<b>APÊNDICE B- QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ESTABELECI- MENTOS.....</b>	<b>42</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Considerações Gerais

A ovinocaprinocultura é uma atividade desenvolvida em diversas partes do mundo devido a sua simplicidade de manejo, a pouca exigência dos animais em relação à alimentação e à alta adaptabilidade desses pequenos ruminantes a distintos tipos de solo, clima, vegetação e topografia. Isso garante que os produtos oriundos dessa atividade sejam consumidos mundialmente (CORREIA, 2008).

A exploração econômica de ovinos e caprinos possui boa rentabilidade, atrelada, principalmente, a dois fatores: baixo custo de produção e à diversificação do tipo de produção.

Essas atividades possuem alta versatilidade de produtos a serem explorados, como o leite e seus derivados, a carne e seus processados, produção de couro para indústria de curtume, e a produção de lã para a indústria têxtil.

A ovinocaprinocultura mostra-se como um negócio rentável e promissor, especialmente a caprinocultura de corte, que ganhou destaque no agronegócio brasileiro. Isto porque sua carne se adequou as mudanças nos hábitos de consumismo da população, que buscam a cada dia uma alimentação saudável e com baixo teor de gordura.

Segundo Jesus Junior *et al.* (2010), as carnes oriundas da ovinocaprinocultura possuem alto valor nutritivo e são de fácil digestibilidade; em termos nutricionais, apresentam elevados índices de proteínas, vitaminas e minerais. Em relação ao valor calórico e índices de gordura, a carne caprina é magra, com baixo teor de gordura e colesterol, enquanto que a carne ovina tem maior teor calórico do que a de bovinos, suínos e aves, consequentemente possuindo maior quantidade de gordura.

O mercado dos produtos da ovinocaprinocultura não é organizado de modo homogêneo entre as regiões brasileiras. Segundo SEBRAE (2014), a comercialização dos produtos caprinos nas regiões Sul e Sudeste é feita com maior rigor, enquanto, no Nordeste do Brasil, o mercado é influenciado pela informalidade. A comercialização concentra-se em fatias de mercados regionais e especializados, nos quais, tradicionalmente, o consumo encontra forte identidade cultural.



## 1.2 O Problema e sua Importância

Até o final do ano de 1970, o consumo de carnes de caprinos e ovinos na região Nordeste estava vinculado às áreas rurais. Porém, na década seguinte, o consumo desta carne passou a ganhar destaque nas áreas urbanas. Segundo Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste (ETENE 2010) “a partir de 1990, as populações urbanas e de maior poder aquisitivo começaram a apreciar os cortes provenientes da ovinocaprinocultura”. Nesse processo, surgiram restaurantes especializados nesse tipo de carne e cresceu o número de consumidores.

Porém, o crescimento na demanda revelou a deficiência de organização do setor produtivo. Embora a região Nordeste, possua mais da metade do efetivo nacional de caprinos e ovinos, o setor se caracteriza pela criação extensiva, praticada por pequenos produtores, baixos níveis tecnológicos, ausência de normas de padronização e qualidade, e irregularidade na oferta do produto (ETENE, 2010).

Essa problemática é refletida na negociação da produção, uma vez que a comercialização de animais para abate e carnes nos estados nordestinos é potencialmente informal. Segundo Sousa (2007),

“esse processo começa na própria propriedade e nas feiras livres das cidades do interior do Nordeste, por meio de agentes intermediários ou dos próprios produtores e termina em diferentes pontos de abate e de comercialização de carne chegando até o consumidor final”.

Correia (2008) destaca que, com a desorganização do setor produtivo, o produto nacional é insuficiente para atender totalmente a demanda. Como consequência, observa-se o crescimento das importações deste produto desde 2002. Segundo dados do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio (*apud* CORREIA, 2008), “só no mês de março de 2007, houve um aumento de 36% em toneladas e 78% em valor quando comparado ao mesmo período do ano passado”.

Nesse cenário, o estado do Ceará destaca-se com uma participação de 12% e 21%, respectivamente, nos efetivos de caprinos e ovinos da região Nordeste (IBGE, 2011). Esse percentual coloca o Ceará no quarto e segundo lugar no ranking regional de efetivos de caprinos e ovinos, respectivamente. Em termos quantitativos o Ceará tem um potencial notável para produção de carnes, porém essa produção é insuficiente para atender a própria demanda interna do estado.

No Ceará, assim como no restante do país, a demanda de carnes oriundas da ovinocaprinocultura vem crescendo acentuadamente. Em Fortaleza, capital do Ceará, possui supermercados e restaurantes que comercializam uma variedade de padrões deste tipo de carne. É importante mencionar, que até pouco tempo, essas carnes eram encontradas apenas em bares, feiras livres, pequenos frigoríficos. Na atualidade é possível encontrar, em Fortaleza, restaurantes especializados nesse tipo de produto.

Este estudo investiga o consumo de carnes de caprinos e ovinos em Fortaleza, estabelecendo uma comparação entre o que é ofertado pelo Estado e o que é demandado em sua Capital, de tal forma a permitir saber se essa oferta está acompanhando a ascensão na demanda. Outro problema a ser questionado é a tradição com relação ao consumo de carnes de caprinos e ovinos. Para isto pretende-se descrever o perfil do consumidor que adquire este tipo de produto e qual a aceitabilidade da carne caprina e ovina nos dias atuais no município de Fortaleza no estado do Ceará.

Como objetivo, propõe-se diagnosticar se a oferta do produto está atendendo as necessidades do mercado em termos de quantidade e qualidade, identificar a origem do produto, e se os preços praticados no mercado estão de acordo com o valor ao qual o consumidor dispõe-se a pagar na aquisição do produto.

### **1.3 Hipótese**

A carne de caprinos e ovinos comercializada nos restaurantes e supermercados do município de Fortaleza não é produzida no seu próprio Estado, uma vez que a produção cearense é tradicionalmente pequena e de baixa qualidade.

### **1.4 Objetivos**

#### **1.4.1 Objetivo Geral**

Caracterizar o mercado consumidor de carnes de caprinos e ovinos no município de Fortaleza no estado do Ceará.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- a) Identificar a origem da carne de caprinos e ovinos que abastecem os supermercados e restaurantes no município de Fortaleza no estado do Ceará;
- b) Identificar o perfil dos consumidores de carnes de caprinos e ovinos no município de Fortaleza no estado do Ceará.

### **1.5 Estrutura da Monografia**

Apresenta-se, na primeira seção, a Introdução, salientando problemas e a importância da ovinocaprinocultura; na segunda seção, faz-se uma caracterização da ovinocaprinocultura mundial, nacional e nordestina; na terceira seção, indicam-se os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa; na quarta seção, procede-se à apresentação dos resultados e discussão; na quinta seção, são postas as conclusões e sugestões e, apontam as referências, correspondentes à literatura lida, consultada e citada, e finalmente, os apêndices, onde foi inserido os questionários utilizados no presente ensaio.

## 2 CONTEXTUALIZAÇÃO DA OVINOCAPRINOCULTURA NO MUNDO E BRASIL

### 2.1 Ovinocaprinocultura de Corte no Mundo

É possível encontrar ovinos e caprinos em todos os continentes. No entanto, na Ásia e no Norte da África existe uma notável predominância de caprinos, enquanto que na Oceania e Europa há uma maior população de ovinos. Em relação à concentração desses animais e a produção de carne, observa-se a seguinte distribuição: China, União Europeia e Austrália concentram mais de 30% do rebanho ovino mundial e quase metade da produção de carne; China e Índia detêm mais de 30% do rebanho caprino e quase metade da produção de carne (FBB, 2010).

O rebanho ovino mundial voltou a crescer no período de 2000 a 2008, uma vez que houve uma redução no número de animais entre os anos de 1990 a 2000. Considerando esse período, ocorreu inversão no ranking de participação dos países, onde: União Europeia e Austrália que no ano de 1990 possuíam o maior percentual de animais do rebanho mundial, sendo 11,9% e 14,1%, respectivamente, perderam importância nos anos 2000 e 2008; e a China passou a ocupar o primeiro lugar com participação de 12,5% do rebanho mundial no ano de 2000 e 13,2% no ano de 2008 (FAO, 2008).

A ascensão da China no contexto mundial está relacionado a um conjunto de incentivos oficiais implementados durante a década de 90 que ocasionou o crescimento significativo do seu rebanho em termos de quantidade de animais e de participação percentual (FBB, 2010).

O rebanho de caprino aumentou cerca de 40% no período de 1990 a 2008. A China e a Índia se destacam em quantidade de animais, apesar da participação percentual da Índia ter declinado nos últimos anos (FBB, 2010).

Jesus Junior *et al.* (2010) em um trabalho realizado em parceria com o BNDES afirma que:

Conforme dados da FAO, a produção mundial de carne de caprinos e ovinos, em 2008, foi superior a 13 milhões de toneladas, sendo aproximadamente 60% de carne de ovinos. Os cinco maiores produtores concentram mais de 50% da produção mundial. A China ocupa a liderança, com 3,8 milhões de toneladas, o que significa 29% de todo o volume produzido no mundo. A União Europeia vem em segundo lugar, com a produção de 1,0 milhão de toneladas.

A China, além de ser a principal produtora mundial de carne de caprinos e ovinos, apresenta-se também como a grande consumidora mundial desse tipo de carne, uma vez que, no ano de 2008, consumiu 23,6% e 37% da carne ovina e caprina, respectivamente (FAO, 2008).

## **2.2 Ovinocaprinocultura de Corte no Brasil e no Nordeste**

Segundo o IBGE (2006), o rebanho brasileiro é estimado em 7,1 milhões de caprinos e 14,1 milhões de ovinos, sendo a região Nordeste a maior detentora, com 94% dos caprinos e 55% dos ovinos, do efetivo nacional.

Esses rebanhos são direcionados, com base em suas potencialidades à produção de leite, carne, pele e lã. Porém, segundo SEBRAE (2005), o foco principal da produção de caprinos e ovinos está no abastecimento dos mercados urbanos de carne, leite e seus derivados, onde a carne assume uma posição de destaque ao ser comercializada em ambientes especializados.

O agronegócio de ovinocaprinocultura de corte no Brasil está crescendo de forma acelerada, principalmente no que diz respeito ao mercado interno. Segundo Costa (2007) apesar da ovinocaprinocultura de corte brasileira possuir pouco destaque no mercado internacional, tem apresentado um forte crescimento no seu mercado interno. Porém, esse crescimento se depara com problemas vinculados a cadeia produtiva e comercialização. Correia (2008), afirma que “[...] a falta de organização e de integração da cadeia produtiva acaba dificultando a geração e a difusão de tecnologias e a estruturação de canais de comercialização necessários para o bom andamento da atividade”.

Vale ressaltar que a tecnologia tem impacto significativo no desempenho desse setor. Costa (2007) destaca que “É de grande relevância o papel da tecnologia no desenvolvimento das economias, constituindo-se em grande estratégia para superar e manter posições no mercado”.

Campos (2004, *apud*, NOGUEIRA FILHO, 2002) defende que além da carência tecnológica e falta de articulação da cadeia produtiva, o Brasil precisa solucionar obstáculos, tais como: o baixo padrão racial dos animais, a inadequada assistência técnica e gerencial, a inexistência de estudos de mercados e o baixo nível de capacitação dos produtores. A omissão de tais fatores pode comprometer a rentabilidade e competitividade do setor, considerando as exigências do mercado globalizado.

Em relação ao consumo desse tipo de carne no Brasil, segundo FBB (2010), desde 2003, a produção de carne ovina aumenta em média 3,2 mil t/ano e em contraponto o consumo aumenta 3,6 mil t/ano (3,2% média de 2003 a 2007). O mesmo tipo de informação acerca da carne caprina não foi encontrada. Porém, suspeita-se que, praticamente, o comércio internacional para esse produto é inexistente, em que se conclui que a oferta e demanda se equilibram no caso dos caprinos.

O grande nicho desse mercado encontra-se nos principais centros urbanos que está se expandindo rapidamente (ETENE, 2010). Esse mercado exige carnes de boa qualidade e com diferenciação entre carnes de caprinos e ovinos. Segundo Sousa (2007), agora uma camada da população das grandes cidades está adotando, de forma esporádica, o hábito de consumir carne caprina. Por outro lado, esses consumidores exigem um produto de melhor qualidade.

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 Área de Estudo**

O trabalho foi realizado na cidade de Fortaleza, que possui uma área de 336 km<sup>2</sup>, com população de 2.252.185 habitantes (IBGE, 2010), a qual corresponde a aproximadamente 30% da população do estado do Ceará. A capital cearense trata-se do maior centro consumidor de carnes de caprinos e ovinos do estado e observa-se nessa região um crescimento de restaurantes, bares, e supermercados que passaram a comercializar esse tipo de carne nos últimos anos.

Segundo, Krolow (2004, *apud*, SEBRAE, 2003) somente, Fortaleza consumiu 1.824,4 toneladas, representando mais da metade do valor de 3.065,9 toneladas da estimativa do consumo anual de carne ovina e caprina pelo mercado intermediário varejista (frigoríficos, restaurantes, churrascarias e hotéis) na sede dos municípios da Região Metropolitana e nas principais cidades do interior (Crateús, Crato, Iguatu, Juazeiro do Norte e Sobral).

### **3.2 Natureza e Fonte dos Dados**

Os dados são de natureza primária. Coletados através da aplicação de questionários em locais de aquisição e consumo de carnes de caprinos e ovinos, como: Restaurantes/ churrascarias, supermercados e seus consumidores.

Os questionários aplicados foram de dois tipos: um destinado aos estabelecimentos, com questionamentos referentes à compra e comercialização desse tipo de carne e outro destinado aos consumidores, com perguntas de conteúdos primários sobre o perfil do consumidor, buscando informações de dados pessoais e da família, além das perguntas específicas do perfil do consumo de carne de caprinos e ovinos.

Tanto o questionário destinado ao consumidor como aquele destinado ao estabelecimento, são do tipo misto, composto por perguntas objetivas e subjetivas.

### **3.3 População e Amostra**

A amostragem empregada no referente trabalho foi do tipo não probabilística e intencional, em que foram escolhidos, de forma proposital, três dos maiores supermercados de Fortaleza para a aplicação dos questionários, uma vez que, nos mesmos há uma maior probabilidade de encontrar a oferta desse tipo de produto, e quatro restaurantes/churrascarias especializados na comercialização desse tipo de carne.

Nos três supermercados selecionados; foi aplicado, de forma aleatória, questionários a uma amostragem de quinze consumidores por supermercado, somando assim uma amostragem de 45 consumidores.

### **3.4 Método de Análise**

Utilizou-se da estatística descritiva como método de análise das variáveis quantitativas e qualitativas, uma vez que segundo Apolinário (2006) “é difícil que haja alguma pesquisa totalmente qualitativa, da mesma forma que é altamente improvável, existirá alguma pesquisa completamente quantitativa.”.

Os dados foram agrupados em tabelas, e gráficos do tipo coluna e barra e comporão dois tipos de variáveis: variáveis relacionadas aos estabelecimentos e variáveis relacionadas, as quais são:

- a) variáveis relacionadas aos estabelecimentos:

- percentual de estabelecimentos que comercializam carne ovina ou caprina;
- preço do produto pago pelo estabelecimento;
- preço do produto pago pelos clientes;
- origem da carne comercializada;
- principais fatores que influenciam na compra da carne.

b) variáveis relacionadas aos consumidores:

- Sexo e idade do consumidor;
- grau de instrução e profissão do consumidor;
- renda do consumidor;
- naturalidade do consumidor;
- motivos pelo qual consome esse produto;
- preferências do consumidor;
- local de aquisição do produto;
- o que influencia no ato da compra desse produto;
- quantidade de carne de caprinos e ovinos consumida semanalmente e valor pago pelo quilo desse tipo de carne;
- frequência semanal de consumo do produto e o que limita essa frequência;
- avaliação do preço, qualidade e disponibilidade do produto.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **4.1 Comercialização de Carne de Ovinos e Caprinos nos Supermercados e Restaurantes de Fortaleza-CE**

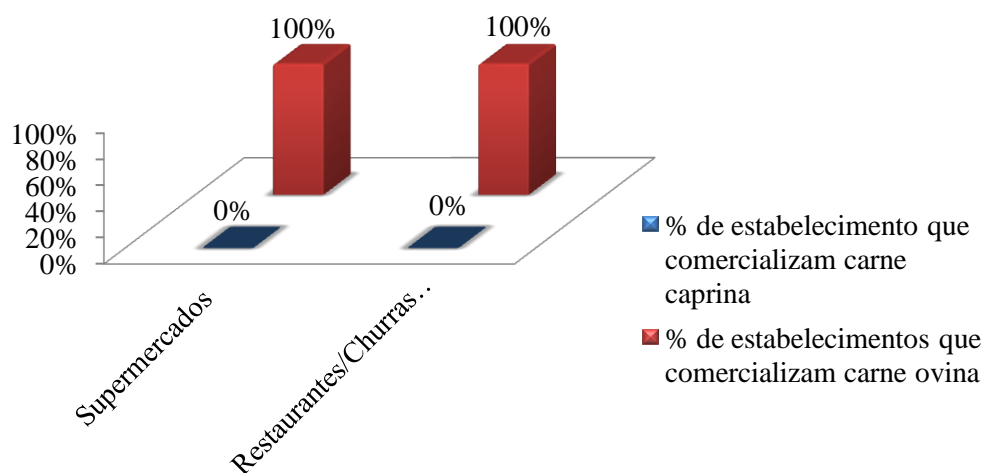
Tradicionalmente, a carne bovina e a carne de frango, compõem o cardápio típico dos brasileiros, porem segundo Antonialli (2008) “tem-se percebido uma alteração nos costumes alimentares, com a entrada de novos produtos, dentre eles, a carne ovina, que já está sendo encontrada em alguns supermercados e açougues, além de restaurantes”.

Esse cenário é notório nos estabelecimentos que participaram da presente pesquisa (GRÁFICO 1), uma vez que 100% dos restaurantes e supermercados entrevistados comercializavam a carne ovina. Já em relação à carne caprina, nenhum dos estabelecimentos



trabalhava com esse tipo de carne, por julgarem inviável, já que a demanda por esse produto é baixa.

**Gráfico 1** — Percentual de estabelecimentos que comercializam carne caprina ou ovina



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

Em relação a quantidade de carne ovina, em quilos, comprada aos seus respectivos fornecedores para ser comercializada semanalmente, observa-se que, os supermercados entrevistados compravam de 10 a 80 kg ao preço que variava entre 12,00 e 21,00 por kg de carne. Já os restaurantes adquiriam de 50 a 200 kg ao preço de de 23,00 a 25,00 por quilo de carne. Vale ressaltar que tanto a quantidade comprada como o preço pago refere-se a carne sem osso.

Tanto os restaurantes quanto os supermercados consideravam elevado o preço pago pelo quilo desse tipo de carne, e afirmavam que é possível encontrar esse produto com um preço mais acessível, porém, acabam optando por uma carne mais cara para garantir um produto de alta qualidade. Esse produto é repassado aos clientes com um valor médio de R\$25,00/kg pelos supermercados e R\$49,00/kg pelos restaurantes e churrascarias (GRÁFICO 2).

**Gráfico 2** — Preço médio pago pelos consumidores, por quilo de carne ovina sem osso, nos estabelecimentos



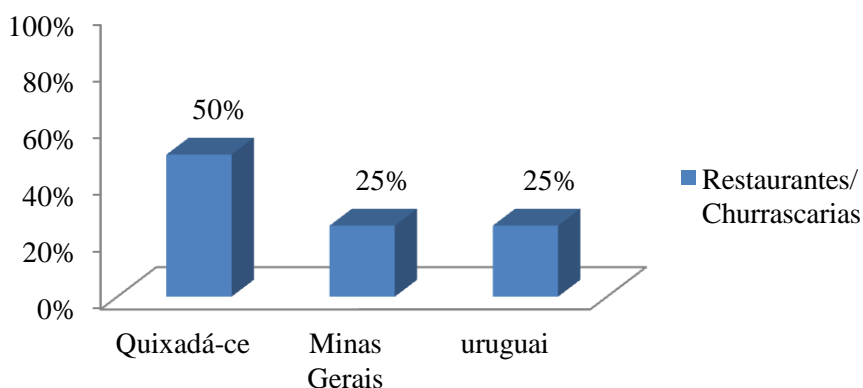
Fonte: Resultados da pesquisa (2014).

#### 4.2 A Origem da Carne de Ovinos e Caprinos que Abastece Supermercados e Restaurantes de Fortaleza-CE

Um dos principais focos dessa pesquisa é descobrir a origem da carne que está sendo comercializada nos supermercados e restaurantes de Fortaleza e com os questionários aplicados nesses estabelecimentos foi observado que ambos comercializavam carne oriunda de criadores do estado do Ceará (GRÁFICO 3 e 4).

No Gráfico 3 é observado que 50% dos restaurantes e churrascarias entrevistados comercializavam carne oriunda do município de Quixadá-CE, porém, quando há falha no fornecimento acabam comprando carne do Uruguai por intermédio de empresas distribuidoras especializadas. Segundo IGBE (2011), o município de Quixadá tem um efetivo de 35.600 que representa 0,24% do rebanho nacional de ovinos.

**Gráfico 3** - Percentual de restaurantes/churrascarias em relação à origem da carne comercializada



Fonte: Resultados da pesquisa (2014).

Os demais restaurantes e churrascarias dividiram-se, igualmente, entre Minas Gerais e Uruguai em relação à origem da carne ofertada. O motivo que levavam esses estabelecimentos não optarem pela carne produzida no próprio Ceará, está relacionado com baixo o padrão de qualidade. Segundo FBB (2010), “o consumo de carne ovina no Brasil é maior que a produção, déficit que vem sendo coberto pela importação. O Brasil importa cerca de 5 mil t/ano (dado de 2006), principalmente do Uruguai, correspondente a 96% da carne ovina importada pelo Brasil”.

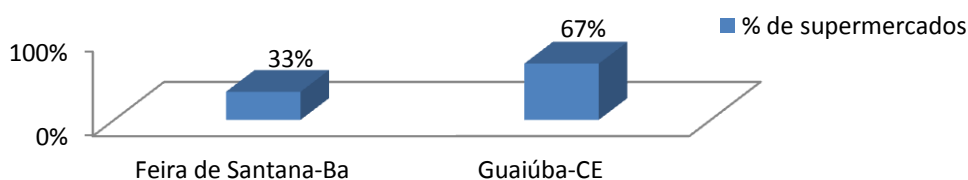
Além da qualidade outro fator que leva determinado restaurante a optar pela carne oriunda de cidades mineiras, diz respeito a deficiência no fornecimento, uma vez que as carnes produzidas no estado cearense não suprem as necessidades do estabelecimento.

A qualidade superior da carne produzida em Minas Gerais pode ser consequência do projeto de Ovinocaprinocultura implantado na região norte do estado pelo Sebrae/MG no final do ano de 2004; de início 176 proprietários rurais aderiram a esse projeto que. Segundo a Agência Sebrae de Notícias - ASN (2007), este projeto visa aumentar o tamanho do rebanho, incentivar o melhoramento genético, promover a comercialização dos animais de forma coletiva e melhorar a renda dos criadores.

Ainda, segundo a ASN (2007), promover o consumo de carne de ovinos e caprinos é uma das principais ações do projeto e entre essas ações estão às oficinas de abate, corte e preparo da carne de cordeiro e cabrito, promovidas pelo SEBRAE/MG, prefeituras, associações locais, Senar, Emater/MG.

Já, quanto a carne comercializada nos supermercados, 67% deles consumia do município de Guaiúba-CE e 33%, do município de Feira de Santana-BA (GRÁFICO 4). Ambos julgam a carne produzida no Ceará de qualidade satisfatória, porém os que optaram pela carne oriunda da Bahia justificam essa por duas razões: Preço vantajoso e processamento adequado. O preço se mostra menor em Feira de Santana daquele praticado no Ceará. E essa carne é fornecida de forma congelada o que amplia o tempo de prateleira do produto.

**Gráfico 4-** Percentual de supermercados em relação à origem da carne comercializada



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

Além da origem, os estabelecimentos também foram questionados em relação aos fatores que mais influenciam na escolha do fornecedor de carne ovina. Dentre os fatores sugeridos: alimentação animal, nível de processamento, origem da carne, respeito ao meio ambiente, bem estar animal, segurança alimentar e marca.

Os supermercados e restaurantes/churrascarias, apontaram os seguintes: primeiro, segurança alimentar; segundo, a origem do produto e em terceiro, o nível de processamento. Com isso, é possível observar que quando esses estabelecimentos optaram pela segurança alimentar como principal fator de influência na escolha dos seus fornecedores, mostra de forma direta ou indireta, a preocupação em escolher frigoríficos legalizados respeitando todas as portarias relacionadas à segurança alimentar.

### **4.3 Perfil dos Consumidores Entrevistados**

#### **4.3.1 Perfil socioeconômico dos Consumidores Entrevistados**

Os dados levantados pelo perfil socioeconômico mostraram que mais da metade dos entrevistados são do sexo feminino, sendo um o resultado esperado, uma vez que a maioria da população de Fortaleza é composta pelo gênero em questão. Segundo dados do IPECE (2012), No censo demográfico de 2010, havia 1.139.166 mulheres em Fortaleza, representando 53,20% da população, e conseqüentemente 46,80% (1.002.236) das pessoas eram do sexo masculino (TABELA 2).

Tais dados informam, ainda, que a maioria desses consumidores possui faixa etária de 42 a 51 anos, grau de instrução até o ensino médio, renda mensal acima de seis salários mínimo, com base no valor do salário mínimo no ano de 2014. Nota-se, também, uma grande variação entre o tipo de profissão dos entrevistados, uma vez que a maioria dessas pessoas se enquadraram na variável outras profissões.

Embora todos os entrevistados fossem residentes na cidade de Fortaleza, a distribuição dos mesmos em relação, a naturalidade, foi a seguinte: 49% são de Fortaleza; 36 % de outros municípios cearenses; 9% de Estados nordestinos, como Piauí e Recife, e 7% dos demais estados brasileiros. Demonstrando assim, que existe uma parcela significativa da população de imigrantes, ou seja, pessoas com naturalidades outra que Fortaleza residindo na cidade.

**Tabela 2-** Perfil socioeconômico dos consumidores, 2014

<b>VARIÁVEIS</b>	<b>CATEGORIAS</b>	<b>PERCENTUAL (%)</b>
Sexo	Masculino	27
	Feminino	73
Idade	21-31	17
	32-41	13
	42-51	36
	52-61	16
	62-71	16
	72-81	2
Grau de instrução	Ensino fundamental	9
	Ensino médio	51
	Ensino superior	33
	Pós-graduação	7
Profissão	Autônomo	18
	Dona do lar	4
	Aposentado	13
	Medico	4
	Professor	9
	Funcionário público	7
	Outras profissões	45
Renda	Até um salário mínimo	4
	De um a dois salários mínimos	18
	De três a quatro salários mínimos	20
	De cinco a seis salários mínimos	27
	Acima de seis salários mínimos	31
Naturalidade	Fortaleza-Ce	49
	Municípios cearenses com exceção de Fortaleza	35
	Estados nordestinos, com exceção do Ceará.	9
	Demais estados brasileiros	7

**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

#### 4.3.2 Perfil de Consumo dos Consumidores Entrevistados

De acordo com a Tabela 3, o perfil de consumo revelou que a maioria dos entrevistados prefere carne bovina, seguido por aves, pescado, suínos e ovinos. Esse resultado é reflexo do hábito nacional de consumo de carnes. Segundo dados do IBGE/POF (2008), a aquisição per capita familiar de carnes no Brasil possui o seguinte cenário: 13 kg/hab./ano, 31 kg/hab./ano, 40 kg/hab./ano, 9 kg/hab./ano, 7 kg/hab./ano de carne de suíno, frango, bovino, pescado e outros animais, respectivamente. É importante resaltar que nenhum dos consumidores optou por carne de caprinos, demonstrando assim a baixa aceitabilidade por esse tipo de carne.

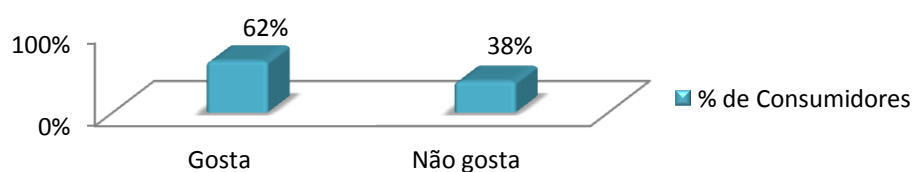
**Tabela 3-** Percentual de consumidores em relação à preferência por tipos de carne

<b>TIPO DE CARNE</b>	<b>PERCENTUAL DE CONSUMIDORES (%)</b>
AVES	29
BOVINA	38
CAPRINA	0
OVINA	2
SUÍNA	9
PESCADO	22

**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

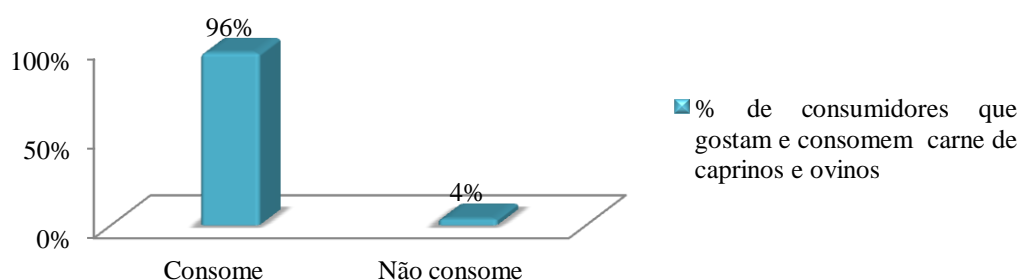
Mais uma vez, os consumidores foram questionados em relação as suas preferências por tipos de carne, entretanto, dessa vez, eles tiveram que responder se gostam ou não de carne de ovinos e caprinos. Com isso, mais de 60% dessas pessoas responderam que gostam desse tipo de carne (GRÁFICO 5). Porém nem todas as pessoas que gostam a consomem, uma vez que 4% (GRÁFICO 6) destes entrevistados não costumam consumir esse produto devido ao seu preço, por julgar elevado quando comparado ao preço da carne bovina.

**Gráfico 5-** Percentual de consumidores em relação ao gosto por carne caprina e ovina



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014)

**Gráfico 6-** Percentual dos consumidores que gostam de carne caprina e ovina em relação ao consumo desse tipo de carne.



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

#### 4.4 Perfil dos Consumidores de Carne de Ovinos e Caprinos

##### 4.4.1 Perfil Socioeconômico

Em relação aos consumidores de carne de caprinos e ovinos, foi possível elaborar o perfil socioeconômico (TABELA 4) desses consumidores. Com base nesses dados é observado que mais de 60% deles são do sexo feminino, esse fato pode está relacionado a maior frequência de mulheres do que de homens nos supermercados uma vez que, segundo Oliveira et al (2012), a mulher ainda é responsável pela procura e compra de alimentos para o lar.

Os resultados da pesquisa mostraram que há uma grande versatilidade do tipo de profissão dos consumidores, uma vez que a maioria correspondeu a variável “outras profissões”, tais como secretário, pesquisador e etc. Mostraram também, que mais da metade dessas pessoas estudaram até o ensino médio, diferindo-se do índice de instrução de Fortaleza

(Censo demográfico de 2010), onde a maior parte da população não chegou a concluir o ensino fundamental. Segundo dados do IPECE (2012), o censo de 2010 mostra que o índice de instrução da população de Fortaleza, de pessoas com idade acima de 24 anos, variando entre não possuir instrução e ensino superior completo, possui o seguinte comportamento: 36,9% estão sem instrução e ensino fundamental incompleto; 16,3% possui ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; 32,9% possui médio completo e superior incompleto; e 13,6% tem superior completo. Essa diferença pode está relacionada com a localização dos supermercados, onde os questionários foram aplicados, pois os mesmo estão situados na área nobre da cidade.

A distribuição desses consumidores segundo a sua renda familiar mostra que são pessoas com poder aquisitivo relativamente alto, uma vez que a maioria possui renda familiar superior a 6 salários mínimos, uma vez que o valor do salário mínimo está em torno de 720,00 ao mês, (valor vigente no ano de 2014) .

**Tabela 4-** Perfil dos consumidores de carne de caprinos e ovinos, 2014

VARIÁVEIS	CATEGORIAS	PERCENTUAL (%)
Sexo	Masculino	37
	Feminino	63
Idade	20-34	22
	35-49	30
	50-64	33
	65-79	15
Grau de instrução	Ensino fundamental	4
	Ensino médio	59
	Ensino superior	30
	Pós-graduação	7
Profissão	Autônomo	26
	Funcionário Público	11
	Aposentado	7
	Medico	7
	Outras profissões	48
Renda	Até um salário mínimo	0
	De um a dois salários mínimos	15



	De três a quatro salários mínimos	15
	De cinco a seis salários mínimos	30
	Acima de seis salários mínimos	40
	Fortaleza-ce	37
Naturalidade	Municípios cearenses com exceção de Fortaleza	41
	Estados nordestinos, com exceção do Ceará.	11
	Demais estados brasileiros	11

**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014)

Foi possível observar que 41% das pessoas que consomem carne de caprinos e ovinos têm como cidade de origem, os municípios do interior do estado cearense, como Quixadá, Milagres e Irauçuba. Isto mostra que além do gosto, o consumo desse tipo de carne ainda tem ligação forte com a tradição, já que no estado do Ceará o consumo desse produto é historicamente mais acentuado nas cidades do interior do que na capital.

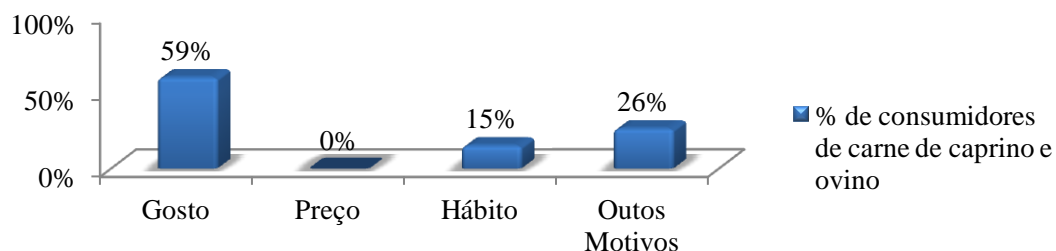
#### 4.4.2 Perfil de Consumo

Para a elaboração do perfil de consumo, os consumidores foram questionados em relação aos motivos que os levam a consumir carne de ovinos e caprinos, preferência por carne de ovinos ou caprinos, preferência por carne processada, local de aquisição desse tipo de carne e os fatores que influenciam no ato da compra.

Tais questionamentos mostraram que mais da metade dos entrevistados responderam que por gostarem desse tipo de carne é o principal fator os que motivam a consumi-la. Enquanto que 26% dos consumidores optaram por outros motivos e as causas que contemplam a escolha desse item estão relacionadas à saúde (GRÁFICO 7), pois segundo aos entrevistados a carne de ovinos é uma carne magra, sendo assim mais saudável quando comparada a carne de bovinos e suínos.

É importante ressaltar que a justificativa deles tem fundamento científico uma vez que, segundo Sorio (2011), “diversas pesquisas demonstram altos níveis de ômega 3 na carne ovina, com alta herdabilidade entre as gerações seguintes de filhotes”. Embora, segundo Jesus Junior (2010), a carne de ovinos é um pouco mais calórica e possui maior quantidade de gordura do que a de bovinos, suínos e aves.

**Gráfico 7-** Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação ao motivo de consumo

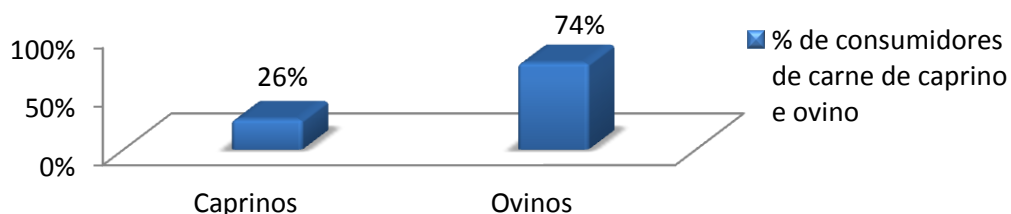


**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

A carne de ovino não é tão magra quanto os consumidores acreditavam, mais ainda sim, é uma carne muito saudável, principalmente pela presença de ômega 3 em sua composição, uma vez que essa substância é de fundamental importância para o bom funcionamento do sistema cardiovascular e cerebral, uma vez que diminui os níveis de triglicérides e LDL, vulgo colesterol ruim, enquanto estimula a produção do HDL, conhecido popularmente como bom colesterol.

Em relação à preferência dos consumidores pela carne de caprinos ou de ovinos, foi constatado, segundo aos dados representados no Gráfico 8, que a maioria desses consumidores prefere a carne ovina à caprina, pois segundo aos mesmos, a carne caprina possui um odor característico, que leva a rejeição a esse tipo de carne pelos consumidores.

**Gráfico 8-** Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação à preferência pelo tipo de carne

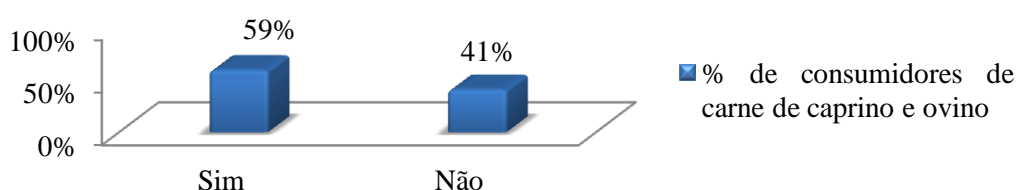


**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

Além da preferência pela carne ovina em relação à caprina, em torno de 50% dos consumidores, demonstraram que preferem adquirir esse tipo de carne de forma processada

(GRÁFICO 9), em pequenos cortes, dispostos em bandejas, sem osso, com maior opção de tipos de corte. Segundo Carvalho (2006), “a demanda por carnes de caprinos e ovinos, em cortes padronizados; bem como por vísceras devidamente processadas, embaladas e comercializadas de forma resfriada ou congelada, vem apresentando crescimento considerável nas grandes cidades do Nordeste e do Sudeste do Brasil.”.

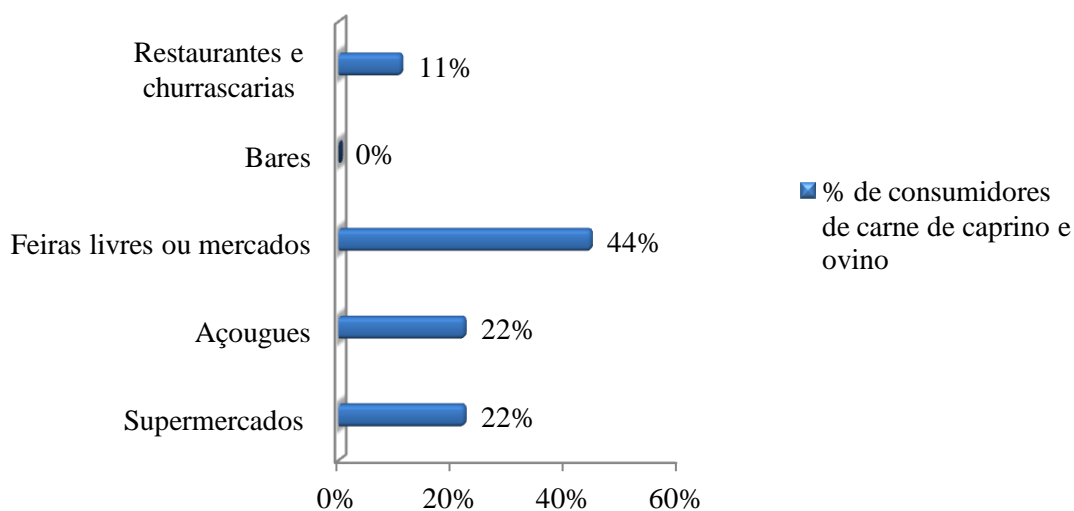
**Gráfico 9-** Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação à preferência por carne processada



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

Porém, a preferência dos consumidores acaba gerando um impasse entre a procura por esse produto e a forma que este é fornecido. Uma vez que a maioria compra esse tipo de carne em feiras livres e mercados municipais (GRÁFICO 10) e esse produto da maneira que eles preferem é naturalmente encontrado em supermercados, porém, esses consumidores afirmam que esse tipo de carne não é encontrada facilmente nos supermercados de Fortaleza.

**Gráfico 10-** Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação ao local de aquisição desse tipo de carne

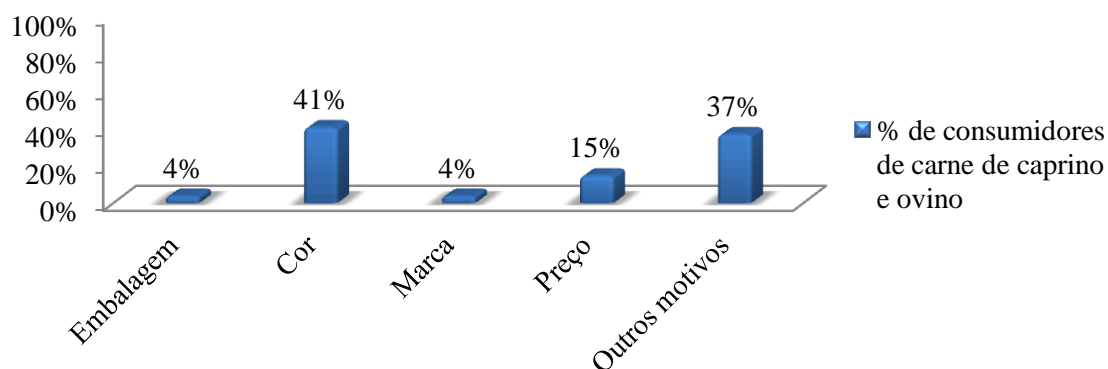


**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

Além da disponibilidade, outro fator que leva os consumidores a adquirir esse tipo de produto em feiras livres e mercados municipais é o frescor, uma vez que normalmente esse tipo de carne comercializa nos supermercados, é de forma congelada e não agrada a preferência dos consumidores. Já que a cor da carne é um dos fatores que influenciam na hora da compra e como o processo de congelamento acaba modificando a cor da mesma, os consumidores acabam relacionando o congelamento com a perda na qualidade.

Como mencionado anteriormente, na opinião dos consumidores, a cor é o principal fator de influência no ato da compra, uma vez que 41% (GRÁFICO 11) optaram por esse item quando foram questionados. 37% optaram por outros motivos e justificaram essa escolha expondo que a idade do animal ao abate está diretamente relacionada com textura da carne. Uma vez que animais velhos abatidos geram uma carne de difícil cozimento, 15% desses consumidores optaram pelo preço, mostrando que esse fator tem importante influência no ato da compra.

**Gráfico 11** - Percentual dos consumidores de carne caprina e ovina em relação aos fatores que influenciam no ato da compra desse tipo de carne



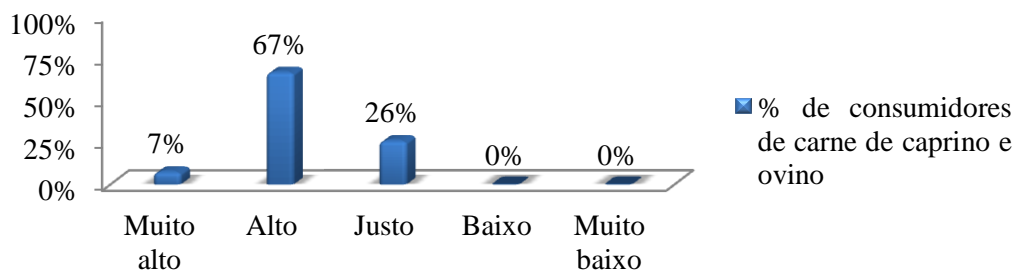
**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

#### 4.4.3 Opinião dos Consumidores

A opinião dos consumidores em relação ao valor pago por quilo de carne oriunda da ovinocaprinocultura mostrou que os mesmos não estão satisfeitos com o valor cobrado por quilo desse tipo de carne, uma vez que 67% avaliam o preço como alto e nenhum dessas pessoas avaliaram o preço como baixo ou muito baixo (GRÁFICO 12). Essa opinião tem como base o valor médio que os consumidores costumam pagar ao adquirirem esse tipo de

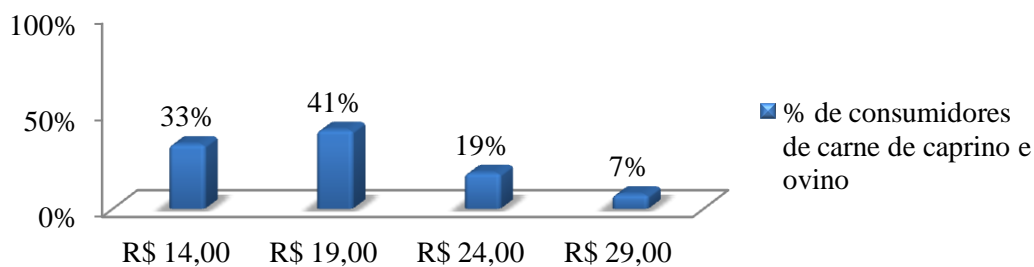
carne, onde, em torno de 40% dos consumidores pagam em média 19,00 por quilo de carne ovina ou caprina, o que reforça a insatisfação dos entrevistados em relação ao preço. 33%, 19% e 7% pagam um valor médio de 14,00, 24,00 e 29,00, respectivamente (GRÁFICO 13).

**Gráfico 12-** Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação a avaliação do preço



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

**Gráfico 13 -** Percentual dos consumidores de carne caprina e ovina em relação ao preço médio pago por quilo de carne



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

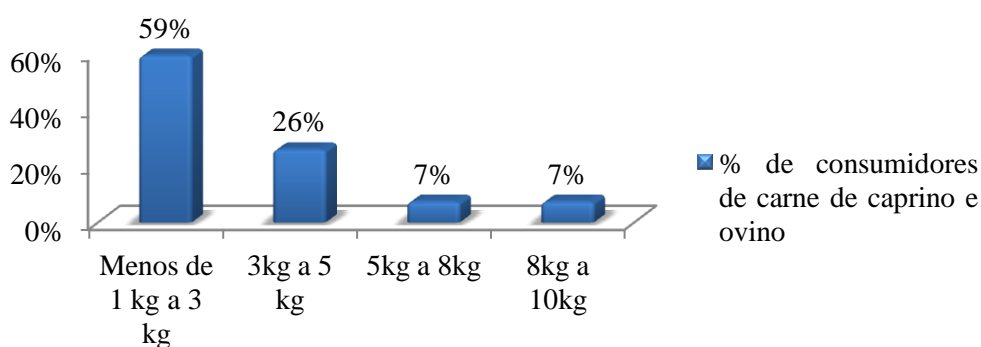
O valor pago pelo quilo desse tipo de carne está diretamente relacionado com o lugar de aquisição, uma vez que o produto adquirido em feiras livres e mercados tendem a ofertar esse produto a valores menores quando comparado aos supermercados. Isto pode ser atribuído ao fato que esses estabelecimentos tem que ofertar produtos devidamente embalados, com resfriamento e questões sanitárias adequadas, o que acaba elevando o preço do produto ofertado.

A teoria econômica mostra que o preço de um produto varia inversamente com a

quantidade consumida. Portanto, uma redução do preço poderia estimular o crescimento do consumo de carne de ovino e caprino.

Na cidade de Fortaleza, 59% dos consumidores de carne ovina e caprina costumam comprar, em média, menos de 1 kg a 3 kg por mês (GRÁFICO 14). Porém, essa quantidade não se mantém constante em todos os meses do ano. Por sua vez, a frequência semanal de consumo desse tipo de carne pelos entrevistados é a seguinte: em média, 64% dos respondentes consomem menos de uma vez por semana; 18,5 %; de 1 a 2 vezes por semana; e os demais 18,5%, mais de 3 vezes na semana.

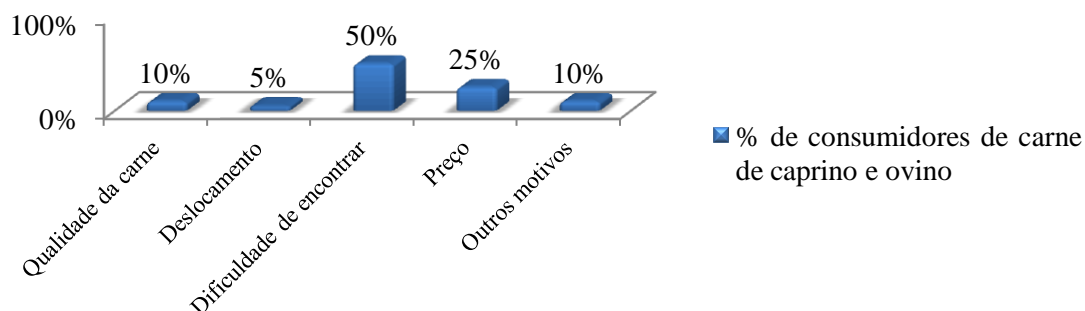
**Gráfico 14-** Percentual de consumidores de carne de caprino e ovino em relação à quantidade em quilos de carne comprada em média por mês



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

Quando foi perguntado a esses consumidores se eles consumiriam com mais frequência esse tipo de carne, mais de 74% responderam que sim e 50% (GRÁFICO 15) apontaram a dificuldade de encontrar esse produto como fator que limita o consumo. Essa dificuldade está relacionada a baixa oferta desses produtos nos supermercados de Fortaleza, já que esses estabelecimentos apresentam maior mobilidade e praticidade.

**Gráfico 15** - Percentual de consumidores de carne caprina e ovina que consumiria com mais frequência esse tipo de carne em relação aos fatores que limitam o consumo



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

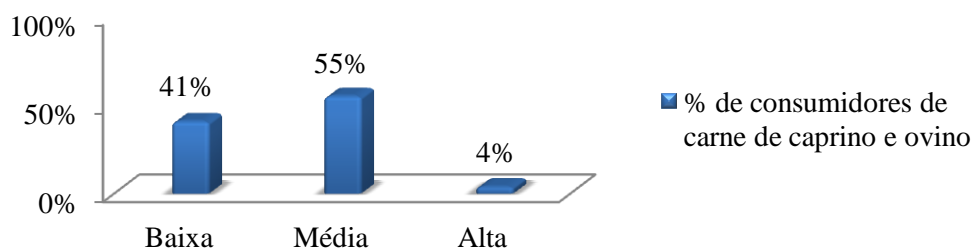
Cerca de 25% dos consumidores apontaram o preço como fator limitante, o que reforça a probabilidade de que uma redução no valor do kg desse tipo de carne levaria a uma elevação na frequência de consumo. Já 10% dessas pessoas apontam outros motivos e argumentaram que a qualidade é um fator limitante, uma vez que julgam a carne ovina comercializada em Fortaleza oriunda de animais magros, velhos e sem nenhum padrão de qualidade.

Entretanto, essa não é a opinião da maioria dos consumidores uma vez que 52% destes avaliam a carne comercializada em Fortaleza como boa e 19% como muito boa e o restante dos entrevistados se dividiu entre regular e ruim em relação à qualidade da carne.

Outra variável avaliada pelos consumidores diz respeito à disponibilidade desse produto (GRÁFICO 16) no comércio da cidade e nota-se que embora, muitos estudos e ações têm sido feitos para suprir a demanda por esse produto, nota-se a insatisfação dos consumidores, uma vez que 55% dos consumidores avaliam a disponibilidade desse produto como mediana, 41% como baixa e 4% como alta.

Vale ressaltar que os consumidores utilizaram a disponibilidade desse produto em supermercados como critério de avaliação, uma vez que é mais praticidade ir a um desses estabelecimentos, os mesmos preferem buscar por esse produto em supermercados, apesar da maioria adquirir em feiras livres e mercados, como visto no Gráfico 10.

**Gráfico 16-** Percentual de consumidores de carne caprina e ovina em relação à avaliação da disponibilidade desse tipo de carne



**Fonte:** Resultados da pesquisa (2014).

#### 4 CONCLUSÃO

Em relação à comercialização de carne de caprinos e ovinos, todos os estabelecimentos que participaram da presente pesquisa, comercializam apenas a carne ovina, já que trabalhar com carne caprina torna-se inviável, devido à baixa demanda por esse produto. Já mediante ao preço pago por quilo de carne ovina, os supermercados costumam pagar de 12,00 a 21,00 e os restaurantes de 23,00 a 25,00. Ambos os estabelecimentos consideram elevado o preço pago pelo quilo desse tipo de carne, e afirmam que é possível encontrar esse produto com um preço mais acessível, porém acabam optando por uma carne mais cara para garantir um produto de alta qualidade. Esse produto é repassado aos clientes com um valor médio de R\$25,00 pelos supermercados e R\$49,00 pelos restaurantes e churrascarias.

62% dos consumidores entrevistados afirmam gostar de carne caprina ou ovina e apenas 96% desses, consome esse tipo de carne, o restante não consome por julgar o valor da carne elevado. Dentro as pessoas que afirmaram consumir esse tipo de carne, 74% preferem a carne ovina à caprina.

Os resultados obtidos mostraram que 50% dos restaurantes e 67% dos supermercados comercializam carne ovina oriunda de municípios cearenses, como Quixadá e Guaiúba. Com isso a hipótese gerada foi rejeitada, uma que a maioria dos estabelecimentos entrevistados comercializa carne de ovino oriunda do Estado do Ceará. Contudo, os demais estabelecimentos apontam a carne produzida no estado como sem padrão de qualidade e fornecimento e por isso comercializam carnes produzidas na Bahia e no Uruguai.

Conclui-se que a presente pesquisa identificou que 44% consumidores de carnes de caprinos e ovinos de Fortaleza-CE preferem adquirir esse tipo de carne em Feiras livres ou



mercados. E com isso, surge a necessidade da realização de outra pesquisa com o intuito de entrevistar vendedores de carne caprina e ovina nos mercados de Fortaleza, buscando descobrir a origem da carne comercializada, a opinião dos mesmos em relação a qualidade da carne. A fim de contrabalançar os resultados obtidos com os dados encontrados na presente pesquisa.

## REFERÊNCIAS

- ANTONIALLI, L. M.; AZEVEDO, F. M. V. M. C. Produção e comercialização de carne de ovinos na região metropolitana de Belo Horizonte - MG. *Anais...*, Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural- SOBER, 46, 2008, Lavras - MG.
- APPOLINÁRIO, F. **As dimensões da pesquisa**, São Paulo: Cengage Learning, 2006.
- ASN- Agência Senai de Notícias. **Norte de Minas Gerais multiplica rebanho de ovinos e caprinos**. Disponível em: <http://www.mg.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/MG/Norte-de-Minas-multiplica-rebanho-de-ovinos-e-caprinos>. Acesso em 08 de out. 2015.
- CAMPOS, Kilmer Coelho. **Arranjos produtivos locais: o caso da caprino-ovinocultura nos municípios de Quixadá e Quixeramobim**. Dissertação (Mestrado) - Curso de Economia Rural, Departamento de Economia Agrícola, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza: UFC, 2004. 99p.
- CARVALHO, R. B. **Potencialidades dos mercados para os produtos derivados de caprinos e ovinos**. Disponível em: <<http://www.capritec.com.br>>. Acesso em: 17 de junho de 2014.
- CORREIA, F.W.S. **Perfil setorial da caprinocultura no Mundo, Brasil, Nordeste e Sergipe** - Sebrae. 2008. Disponível em:[http://www.caprilvirtual.com.br/artigos/perfil\\_ovino\\_caprino\\_brasilnese.pdf](http://www.caprilvirtual.com.br/artigos/perfil_ovino_caprino_brasilnese.pdf). Acesso em: 21 out. 2014.
- COSTA, A. D. **Nível tecnológico, rentabilidade e cadeia produtiva da ovinocaprinocultura de corte no estado do Ceará**. 1ª ed. Fortaleza: 2007.
- EMBRAPA. **Caracterização do consumo das carnes caprina e ovina na cidade de Salvador, BA**. Edição: 2008. Sobral: Embrapa, 2011.
- ETENE. **Mercado de carne, leite e pele de caprinos e ovinos no Nordeste**. *Série Documentos do Etene*, Banco do Nordeste do Brasil, vol. 27,125p, Fortaleza: 2010.
- FAO – Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação. **Estatísticas**, 2008. Disponível em: <[www.faostat.fao.org](http://www.faostat.fao.org)>.
- FBB – Fundação Banco do Brasil. **Série cadernos de propostas para atuação em cadeias produtivas**. Ovinocaprinocultura, vol.7, 60p, Brasília: 2010.
- FONSECA, J. S.; MARTINS, G. A. **Curso de estatística**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 1996. 320p.
- IBGE. **Pesquisa pecuária municipal**. Rio de Janeiro: FIBGE, 2006.
- IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**: aquisição alimentar domiciliar *per capita* Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro: 2010.
- JESUS JUNIOR, Celso de; RODRIGUES, Luiza Sidônio; MORAES, Victor Emanuel Gomes de. **Ovinocaprinocultura de corte: a convivência dos extremos**. BNDES Setorial, Rio de

Janeiro, n. 31, p. 281-320, mar. 2010

KROLOW, Ana Cristina Richter. **Qualidade do alimento x perspectiva de consumo das carnes caprina e ovina**. São Paulo: Embrapa Caprinos e Ovinos, 2004. Disponível em: <http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/42403/1/aac-qualidade-do-alimento-ana-cristina-krolov.pdf>. Acesso em: 11 de Jan. 2016

MENEZES, Adriano Sarquis Bezerra de; MEDEIROS, Cleyber Nascimento de. **Perfil socioeconômico de Fortaleza**. 2.ed. Fortaleza: IPECE, 2012. 186 p.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas. **Análise mercadológica - Ovinocaprinocultura / UAM / set.2005**. 73 p.

SEBRAE AGRONEGÓCIOS. **Mercado de caprinos: produtos e serviços demandados**. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/mercado-de-caprinos-produtos-e-servicos-demandados> Acesso em: 15 nov. 2015.

SHIMIZU, T. **Análise mercadológica – ovinocaprinocultura**. SEBRAE: UAM, 2005. 73 p.

SORIO, A. **Jornal Arco: órgão informativo da associação brasileira de criadores de ovinos**. Carne ovina: de Ômega 3. Bagé - RS, 06 abr. 2011. Disponível em: <http://www.sistemavoisin.com.br/stored/1680533401.pdf> . Acesso em: 18 jun. 2014.

## APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CONSUMIDORES



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

### ESTUDO DO MERCADO CONSUMIDOR DE CARNES DE CAPRINOS E OVINOS DA CIDADE DE FORTALEZA, CEARÁ

Nº do Questionário: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_ Local: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

#### PERFIL DO CONSUMIDOR:

1. Sexo: O 1. Masculino O 2. Feminino

2. Estado Civil?

O 1. Solteiro O 2. Casado O 3. Divorciado O 4. Viúvo O 5. Amasiado

3. Profissão? \_\_\_\_\_

4. Naturalidade? \_\_\_\_\_

5. Idade? \_\_\_\_\_

6. Situação de domicílio?

O 1. Financiada O 2. Própria O 3. Alugada  
O 4. Outro: \_\_\_\_\_

7. Quantas pessoas moram no domicílio? \_\_\_\_\_

8. Grau de instrução?

O 1. Ensino Fundamental O 2. Ensino Médio  
O 3. Ensino Superior O 4. Pós- Graduação

9. Renda \_\_\_\_\_

O 1. Acima de seis salários mínimos  
O 2. De cinco a seis salários mínimos  
O 3. De três a quatro salários mínimos  
O 4. De um a dois salários mínimos  
O 5. Até um salário mínimo

#### PERFIL DE CONSUMO:

10. Você consome carne?

O 1. Sim O 2. Não

11. Com qual frequência você consome carne?

O 1. Mais que 4 vezes por semana  
O 2. De 1 a 3 vezes por semana  
O 3. De 1 a 2 vezes por semana  
O 4. Menos de uma vez por semana

12. Que tipo de carne você prefere ?

O 1. Aves O 2. Bovina O 3. Caprino  
O 4. Ovina O 5. Suína O 6. Pescado

13. Você gosta de carne de caprinos e/ou ovinos?

O 1. Sim O 2. Não

14. Você consome carne de caprinos e/ou ovinos?

O 1. Sim O 2. Não, Por quê? \_\_\_\_\_

14.1. Por qual motivo você consome esse tipo de carne?

O 1. Gosto O 2. Preço O 3. Hábito  
O 4. Outros motivos: \_\_\_\_\_

15. Com que frequência você consome esse tipo de carne?

\_\_\_\_\_

16. Você consumiria com mais frequência esse tipo de carne?

O 1. Sim O 2. Não

16.1. O que limita a sua frequência de consumo?

\_\_\_\_\_

17. Onde você costuma comprar e/ou consumir ?

O 1. Em supermercados O 2. Açougues  
O 3. Feiras livres O 4. Bares  
O 5. Restaurantes e churrascarias

18. Você procura conhecer a origem da carne que consome.

O 1. Sim O 2. Não

19. Qual a quantidade mensal (Kg) e o valor pago em 1Kg desse tipo de carne?

\_\_\_\_\_

20. Como você avalia o preço desse produto?

O 1. Muito alto O 2. Alto O 3. Justo  
O 4. Baixo O 5. Muito baixo

21. Como você avalia a DISPONIBILIDADE desse produto? O 1. Baixa O 2. Média O 3. Alta

23. O que influencia na hora da compra desse tipo de carne?

O 1. Embalagem O 2. Cor O 3. Marca  
O 4. Preço O 5. Outros: \_\_\_\_\_

24. Como você avalia a qualidade?

O 1. Muito boa O 2. Boa O 3. Regular O 4. Ruim

25. Você prefere carne processada? ( sem osso, embaladas a vácuo O, carne de borregos...)

O 1. Sim O 2. Não

26. você prefere carne de caprinos ou ovinos?

O 1. Sim O 2. Não

## APÊNDICE B- QUESTIONÁRIO APLICADO AOS DONOS DOS ESTABELECIMENTOS



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

### ESTUDO DO MERCADO CONSUMIDOR DE CARNES DE CAPRINOS E OVINOS DA CIDADE DE FORTALEZA, CEARÁ

Nº do Questionário: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_ Local: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

#### ESTABELECIMENTOS:

1. Tipo de Estabelecimento?

1. Restaurante/ churrascaria  
 2. Supermercados

2. Você sabe qual é a origem da carne comercializada no seu estabelecimento?

1. Sim  
 2. Não

3. Qual é a origem da carne comercializada no estabelecimento? (caso a resposta da questão anterior seja SIM )

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3.1 Por quais motivos a carne comercializada tem essa origem?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3.2 (caso a origem da carne não seja cearense ) Por que você não comercializa a carne produzida no Estado do Ceará?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3.3. Como você avalia a carne produzida no Estado do Ceará?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Qual o tipo de fornecedor?

1. Frigorífico  
 2. Supermercado  
 3. Direto do Produtor  
 4. Mercado Externo  
 5. Empresas Especializadas/Atacadistas  
 6. Outros: \_\_\_\_\_

5. Principais Fatores que Influenciam na compra da carne?

1. Alimentação Animal  
 2. Processamento  
 3. Origem  
 4. Respeito ao Meio Ambiente  
 5. Bem Estar Animal  
 6. Segurança Alimentar  
 7. Marca

6. Qual a quantidade (Kg) semanal comprada e o valor pago por esse tipo de carne (R\$/Kg)?

\_\_\_\_\_

7. Qual é a demanda semanal pelos consumidores por esse tipo de carne (Kg)?

\_\_\_\_\_

8. Preço em média do produto ofertado no estabelecimento (R\$/Kg)?

\_\_\_\_\_

9. Há preferência pela carne de caprinos ou ovinos, por quê?

\_\_\_\_\_