

O MERCADO DA CARNE OVINA

Sarita Bonagurio Gallo

PqC do Pólo Regional do Noroeste Paulista/APTA

sasabona@apta.sp.gov.br

Atualmente tem-se observado um crescente aumento no consumo de carne ovina no Brasil, acompanhando o aumento do consumo de carnes alternativas. Para tornar esse crescimento cada vez mais significativo e levar o mercado de carne ovina a ser tão competitiva quanto de outras carnes tradicionalmente consumidas, vários são os desafios a serem superados. Tais desafios dependem não só dos produtores, mas também de frigoríficos e dos pontos de comercialização dessa carne no sentido da adoção de práticas que se comprometam com a oferta de um serviço sério voltado para a qualidade do produto final para não regredirmos nesta conquista.

De 1996 a 1998, existia uma estimativa de consumo de 200 gramas per capita / ano de carne ovina; hoje esta estimativa está em torno de 700 gramas per capita / ano, segundo os levantamentos do IBGE (1999) e FAO (2004). Mas, este interesse pela carne ovina não aconteceu só no Brasil. Segundo a FAO (2000) a produção mundial de carne ovina aumentou 20,5%. As exportações também estão em alta, sendo a Austrália e a Nova Zelândia os principais países responsáveis pelas exportações.

Um dos fatores mais importantes para o interesse no mercado da carne ovina é seu alto preço. A tonelada da carne de cordeiro congelada que no ano de 2001 alcançava algo em torno de US\$ 2.900,00, em 2003 gira em torno de US\$ 3.750,00 ou seja, um aumento de quase 30% em 2 anos. Como pode ser observado na Tabela 1, nenhuma outra carne atingiu valores tão altos. Essa elevação nos preços se deve não somente a maior procura de carne ovina por países como o México, Canadá, Reino Unido e o Brasil mas, também pela diminuição do rebanho nos principais países produtores.

Em 2001, a Austrália faturou US\$ 1,4 bilhões referentes a 641.400 toneladas de carne ovina. No ano de 2003 o Brasil comemorou o posto de maior exportador mundial de carne

bovina, e o país faturou US\$ 1,5 bilhões para 1,2 milhões de toneladas de carne. Resumindo, em 2003 o Brasil exportou o dobro de carne em relação a Austrália para ganhar praticamente o mesmo valor que a Austrália faturou há dois anos atrás com ovinos. Esta constatação não objetiva desprezar a vitória brasileira em relação ao mercado de carne bovina, mas sim servir de alerta sobre o grande potencial de expansão do mercado de carne ovina que é pouco explorado pelo Brasil.

Tabela 1. Preço internacional de carnes (US\$/ton)

CARNE	ANO		
	2001	2002	2003
Frango	645	579	572
Suína	2.077	1.830	1.880
Bovina	2.138	2.127	2.044
OVINA	2.912	3.303	3.757

Fonte: FAOSTAT (2003)

Aparentemente os próprios produtores de bovinos têm se interessado mais pela criação de ovinos, mas infelizmente não se tem dados para se comprovar esta informação. Os produtores observaram que a produção de carne ovina é um negócio de giro rápido de capital e está em franca expansão, além de receber um alto preço no mercado interno. Mas é importante ressaltar que a ovinocultura deve ser encarada como uma alternativa de produção e renda na propriedade rural, e não como substituta de outras atividades.

Se países sul americanos como Argentina, Chile e Uruguai são conhecidos exportadores de carne ovina, os quais possuem um território nacional menor que o Brasil, imaginem o que poderíamos obter em termos de produção em nosso país, ainda mais se levarmos em conta que em praticamente todo nosso território é possível criar ovinos.

Entretanto, este aumento da criação deve ser buscado racionalmente e bem orientado para que não acabe sendo um grande fracasso e decepção. O novo consumidor busca uma carne com qualidade, e isto quer dizer, dentre outras características, uma carne com sabor e aroma agradável, macia e com baixo teor de gordura. Isso só é possível ser obtido, no caso de ovinos, na carne de animais jovens que chamamos de cordeiros.

Para tanto, é importante saber diferenciar as categorias de ovinos e a suas diferenças na qualidade da carne. Os animais podem ser divididos em 3 categorias conforme a idade: cordeiros, borregos e carneiros. Os cordeiros têm no máximo 6 meses, os borregos de 7 meses a 1 ano e os carneiros acima de 1 ano de idade. Com o avanço da idade do animal a carne vai adquirindo um sabor e cheiro mais forte, menor maciez e a quantidade e o tipo de gordura são alterados.

A cadeia produtiva da carne, que envolve desde o produtor de ovinos até a venda do produto no mercado final, precisa conhecer o perfil do consumidor de cada região para saber exatamente o que e como produzir. Por exemplo, na região Nordeste e Sul do país, os consumidores preferem carcaças mais pesadas, já na região Sudeste a preferência é por carnes mais leves e de animais mais jovens.

O que não pode ser feito, nem mesmo permitido é a venda de gato por lebre, ou seja, vender carne de carneiro como se fosse de cordeiro. O consumidor está cada vez mais atento e não se deixa enganar. Se a carne não estiver do seu agrado ele pára de comprar e o maior prejudicado é a própria cadeia produtiva. Assim, como alternativa de comercialização da carne de carneiros podem ser fabricados embutidos como lingüiça e hambúrguer.

Outro problema que deverá ser resolvido é o fornecimento descontínuo da carne ovina ao consumidor. Isso dificulta que o consumidor crie o hábito de consumir a carne de cordeiro. Algumas lendas também devem ser desfeitas, como por exemplo, a de que a carne de cordeiro é difícil de preparar, precisando de um tempero especial, etc. O consumidor precisa saber que a carne de cordeiro pode ser consumida frita como um bife, ou feito como carne de panela, ou seja, maneiras práticas, rápidas e usualmente feitas com outras carnes. Inúmeras são as dificuldades encontradas no mercado de carne ovina, mas o maior incentivo para resolvê-las virá do próprio interesse do consumidor por este tipo de carne.