

Diagnóstico da produção e comércio cunícula no Estado de Santa Catarina

Andrei Bonamigo¹, César Augustus Winck², Simone Sehnem³

¹Doutorando em Engenharia de Produção na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; Mestre em Administração na Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC; Bolsista do Programa do Fundo de Apoio à Manutenção e ao Desenvolvimento da Educação Superior – FUMDES. E-mail: andreibonamigo@gmail.com

²Médico Veterinário; Doutor em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Email: cesar.winck@unoesc.edu.br

³Doutora em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Itajaí (SC), Brasil; E-mail: simonesehnem_adm@yahoo.com.br

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo principal apresentar um panorama da atividade cunícula em Santa Catarina. O estudo buscou diagnosticar o setor de produção e mercado consumidor da carne de coelho no Estado. A partir de uma revisão bibliográfica sobre o tema. Aplicaram-se entrevistas a campo com os produtores, comerciantes e representante de associação do setor. Os resultados evidenciam que há diversidade nos sistemas de produção em efeito da região geográfica abordada, finalidade da produção e características culturais. Em consequência identificou-se que as potencialidades e limitações da atividade são diversificadas a níveis regionais. Apontou-se que o consumidor reconhece a carne de coelho como um produto saudável, mas, o consumo ainda é inexpressivo, se comparada à demanda por outras carnes consumidas no Estado. Identificou-se também a falta de encadeamento entre os elos da cadeia de produção cunícula, o que demonstra a necessidade de articular os segmentos, para que se criem estratégias em rede, fomentando assim, um sistema de produção competitivo para o agronegócio cunícula catarinense.

Palavras-chave: Agronegócio, Cadeia produtiva, Coelho, Sustentabilidade

ABSTRACT

This work has as main objective to present an overview of cunícula activity in Santa Catarina State. The study aimed to diagnose the manufacturing sector and consumer market of rabbit meat in the state. From a literature review on the subject was applied to field interviews with producers, traders and industry association representative. The

results show that there are differences in production systems in effect addressed geographic region, purpose of production and cultural characteristics. As a result it was found that the activity of the potentialities and limitations are diversified regional levels. It was pointed out that the consumer recognizes the rabbit meat as a healthy product, but consumption is still insignificant when compared to the demand for other meats consumed in the state. Identified the lack of linkage between the links in the production chain of rabbit, which demonstrates the need to link the different segments, in order to create network strategies, fostering thus a competitive production system for agribusiness rabbit Santa Catarina State.

Keywords: Agribusiness, Production chain, rabbits, sustainability

RESUMEN

Este trabajo tiene como principal objetivo presentar una visión general de la actividad cunícola en Santa Catarina. El estudio tuvo como objetivo diagnosticar el sector manufacturero y el mercado de consumo de carne de conejo en el estado. A partir de una revisión bibliográfica sobre el tema. Se aplicaron entrevistas a productores, comerciantes y representantes de la asociación de la industria del sector. Los resultados muestran que existen diferencias en los sistemas de producción vigentes de acuerdo con la región geográfica, finalidad de la producción y las características culturales. Como resultado se encontró que la actividad de las potencialidades y limitaciones son diversificadas en niveles regionales. Se señaló que el consumidor reconoce la carne de conejo como producto saludable, pero el consumo sigue siendo insignificante en comparación con la demanda de otras carnes que se consumen en el estado. También identificó la falta de vinculación entre los eslabones de la cadena de producción Cunícola, lo que demuestra la necesidad de vincular los segmentos, con el fin de crear estrategias de red, fomentando así un sistema de producción competitiva para la cunicultura de Santa Catarina.

Palabras clave: Agronegócios, la cadena de producción, conejo, Sostenibilidad

1) Introdução

A produção de coelhos, também chamada de cunicultura, é uma atividade

agropecuária que oferece ao produtor, além de perspectivas econômicas, diversas oportunidades de

aproveitamento do animal e seus possíveis derivados.

O coelho apresenta possibilidade de comercialização, praticamente, em sua totalidade, como a carne, pêlo, urina, confecção de objetos de artesanato, entre outros produtos que podem ser elaborados a partir do coelho. Este ramo do agronegócio é pouco aproveitado no Brasil, possibilitando grande potencial de crescimento (SANTOS, 2010).

Esses animais fornecem ainda produtos como pele, patas, rabo, vísceras, cérebro, sangue e esterco, produtos que podem ser aplicados em atividades que vão desde a produção de peças artesanais a artigos das indústrias têxtil e farmacêutica (TVARDOVSKAS, 2012).

Na nutrição humana, os alimentos oriundos de produtos de origem animal são importantes fontes de proteínas e de outros nutrientes. A carne de coelho enquadra-se nesta realidade, pois é considerada mais magra e mais saudável, quando comparada às carnes bovinas, ovina e suína. Além disso, é altamente digerível, saborosa, com reduzidas calorias, gorduras e colesterol e frequentemente recomendada por nutricionistas em detrimento das outras carnes (HERNÁNDEZ et al., 2000).

A produção de peles é obtida como produto principal da produção, quando os coelhos são criados exclusivamente para esse fim, ou como subproduto da produção de carne. Estas peles são curtidas e usadas na confecção de adornos e na produção de peças de vestuário, sendo inclusive, considerada como adequada aos padrões da moda na atualidade, visto que utilização de peles de animais silvestres é considerada um ato ilegal e imoral (SWANSON; BARBIER, 1992).

A cunicultura, atividade plenamente inserida no agronegócio atual, envolve as etapas da produção de insumos, produção agropecuária, industrialização da produção e sistemas de distribuição.

Conforme Machado (2012), a produção de coelhos no Brasil não é comercial. Analisando os grupos da atividade econômica, verifica-se que a maior parte dos estabelecimentos também trabalha com “pecuária e criação de outros animais” e “produção de lavouras temporárias”. No Brasil, poucos são os estabelecimentos que trabalham exclusivamente com coelhos. Grande parte dos cunicultores trabalha com essa atividade de forma secundária.

Constantemente diversos produtos de origem animal surgem no

mercado, por meio da inovação e beneficiamento de produtos existentes, de forma a posicionar as organizações no mercado em que atuam, gerando esforços competitivos e a sustentabilidade do negócio. Nesta temática, identificam-se correntes englobadas no agronegócio para contribuir na identificação do cenário de produção para contribuir na sustentação em longo prazo no enredo que se encontra, e neste cenário, pode-se inserir a produção cunícula.

A cunicultura apresenta-se como alternativa complementar na produção agrícola familiar para Santa Catarina. Machado (2012) ainda reforça que a história da cunicultura no Brasil apresenta altos e baixos, diante dos baixos recursos de produção necessários quando comparado a outras atividades e caracterização alimentar dos produtos gerados em relação às espécies tradicionais, apresentando possibilidade de geração de renda com a participação da família como mão de obra, justificativas que promoveram a realização do presente estudo.

2) Fundamentação teórica

No sistema de produção de coelhos, é necessário considerar juntos três modos de operação, cada um dos

quais tem objetivo muito definidos e exige uma determinada caracterização. Esses modos são: produção de coelho extensivo, semi-intensivo e intensivo. O primeiro poderia se encaixar no chamado "Sistema Tradicional" e os dois últimos correspondem ao denominado "sistema industrial" (LLEONART, 1980).

2.1) Produção zootécnica de coelhos

O sistema de produção do herbívoro apresenta pela quantidade de animais produzidos duas classificações, por "sistema tradicional" também é conhecido como prorrogado ou quintal, e caracterizado por em geral, ser pequena quantidade e limitados cuidados técnicos (GONZÁLEZ, 2006). Já o "sistema industrial" enfoca a alta produção, direcionada a produção em escala e ao mercado previamente estabelecido em conformidade com os requisitos de marcação e de abastecimento demanda pelo mercado (LLEONART, 1980).

Em aspectos de reprodutividade quando comparada com outras espécies as coelhas apresentam um nível elevado de crias por ano, tempo em reprodução, início da reprodução, taxa de mortalidade e nascidos vivos.

Birchard e Sherding (1996), as fêmeas amadurecem sexualmente entre 4 a 8 meses enquanto os machos

amadurecem entre 6 e 10 meses de idade. A gestação dura em média 30 dias fator que contribui para os níveis de produtividade apresentada.

Conforme McNitt et al. (1996) geralmente uma coelha de boa genética, ou seja, com bons índices zootécnicos, está pronta para o acasalamento em até 16 semanas de idade, sendo que o fator da raça do animal é influenciador neste processo para idade de maturidade sexual, onde se pode citar as raças: Nova Zelândia branco e os Californianos.

Na última década, tem evoluído a consciência das pessoas sobre as vantagens do consumo da carne de coelho. Também aumentou a produção em alguns países, como um meio para minimizar a escassez mundial de alimentos e ofertar alternativas de produtos cárneos. Isso é em grande parte atribuível à alta taxa de reprodução de coelho; curto período de preparação pra venda; rápida taxa de crescimento; alto potencial de seleção genética, alimentação eficiente e da terra a utilização do espaço (CHEEKE, 1980).

2.1.1) Qualidade da carne cunícula

Segundo González (2006) a carne cunícula é rica em proteínas, com baixo teor de gordura (três vezes menor do que a carne suína e a metade do

frango). Estudos realizados pelos mesmo ator apontam que as características da carne de coelho em relação às demais espécies analisadas quando comparadas a carne de frango, suíno e vitela apresentam diversas vantagens em relação às demais: pela baixa taxa de gorduras, colesterol e elevado nível de proteínas e ferro quando comparada com as demais espécies de carnes em seu estudo abordado.

Em uma criação eficiente, coelhos podem converter até 20% da proteína consumida em carne, mais do que para suínos (15-18%) e bovinos (9-12 %) (SUTTLE, 2010). Na questão de conteúdo de cálcio e fósforo são mais elevados do que noutros tipos de carne, bem como o ácido nicotínico (13mg / kg de carne) (WILLIAMS, 2007). Além disso, a carne de coelho não contém ácido úrico e tem um baixo teor de purinas (HERNÁNDEZ et al., 2007).

A carne de coelho é uma fonte de vitaminas do complexo B (B2, B3, B5, B12) como relatado por Combes (2004). Em coelhos, a qualidade de carcaça, a quantidade e a proporção de ácidos graxos ácidos na composição da carne e do tecido adiposo são adequados para fins alimentares (COBOS; CAMBERO; ORDÓÑEZ, 1993). A composição química de carne de coelho é variável -

especialmente no teor de gordura, para cada seção da carcaça (PLA; PASCUAL; ARIÑO; 2004).

Além da carne, as vísceras comestíveis do coelho apresentam boa procura no mercado; a pele é demandada pela indústria de roupas, o couro é utilizado para substituir a camurça na produção de luvas, bolsas e calçados. As vísceras podem ser utilizadas na fabricação de farinha e os dejetos podem ser empregados na adubação de plantações quando tratado adequadamente pelo processo de compostagem e/ou vermicompostagem.

Velazquez et al. (1998) informam que os produtos finais devem ter suas propriedades intrínsecas e extrínsecas identificadas. Sejam propriedades físicas, químicas e atributos especiais, como produtos saudáveis, ecologicamente corretos, com propriedades nutricionais específicas.

Para o consumo humano, a carne contribui para uma quantidade significativa de cálcio, fósforo e vitaminas, sendo recomendada para crianças, idosos (DALLE ZOTTE, 2000) e especialmente para aqueles com colesterol elevado risco de aterosclerose e doenças cardiovasculares (LEBAS; OUHAYOUN, 1993) e um produto alimentar saudável, de fácil digestão.

2.2) Diagnóstico cunícula de Santa Catarina

Em Santa Catarina a cunicultura apresenta-se por pequenas propriedades, produção familiar, na maioria por produção doméstica para consumo próprio.

Algumas iniciativas por investimentos do exterior foram criados, porém não apresentaram continuidade. Conforme o SEBRAE (2004) na cidade de Benedito Novo, no Vale do Itajaí (SC), sediou-se uma das unidades do grupo francês Genevo. Tratava-se da Agroindustrial Brasileira de Cunicultura, empreendimento que recebeu projeção de investimentos de US\$ 2,5 milhões e criação de coelhos em 24 galpões e uma unidade abate, instalados em uma área de 80 mil metros quadrados. Com capacidade de abate de 250 toneladas de coelhos/ano. Porém, a atividade não apresentou perenidade, em pouco tempo extinguiu-se.

A distribuição de efetivos de coelhos em Santa Catarina de acordo com o IBGE (2012) via subdivisões por mesorregiões congregam diversos municípios de uma área geográfica com similaridades econômicas e sociais. Amessoregião oeste catarinense, esta representa 50,42% (18909 cabeças) do

efetivo total do Estado de Santa Catarina (37501 mil cabeças) (IBGE, 2012).

Essa, embora tenha uma considerável concentração do efetivo do estado de Santa Catarina, se destaca na produção nacional de aves e suínos.

Também foi apontada, recentemente, como maior complexo agroindustrial da América Latina nesses dois ramos, exemplo no qual a

introdução da lógica industrial na produção foi bem sucedida, com merecido destaque à integração agroindústria e agricultura familiar (MIOR, 2005)

Em aspectos relacionados ao abate, verifica-se que o estado está composto por 22 abatedouros de aves e coelhos, conforme a tabela 01.

Tabela 01: Abatedouro (MA) de aves e coelhos em Santa Catarina por Classe

Classe	Quantidade
Abatedouro de aves – MA¹ 1	10
Abatedouro de aves - MA 3	7
Abatedouro de aves - MA 4	5
Total	22

Fonte: Adaptado de MAPA, SDA, DIPOA e SIF (2013, 2p.)

Conforme a tabela 02, Santa Catarina possui 10 classe MA1, 7 classe MA 3 e 5 classe MA4, totalizando 22 frigoríficos aptos ao abate de coelho e aves.

O fluxo de animais e produtos, na produção de carne e coprodutos da cadeia de abastecimento de coelho é derivado de um número limitado de publicações de pesquisa e devem ser vistos como meramente indicativos. Mais pesquisas poderão ser realizadas nesta área para melhorar compreensão

sobre a sistemática da cadeia produtiva da carne de coelho.

Ressalte-se, no entanto, que a conformação técnico-produtiva da cadeia se diferencia para o conjunto dos participantes desse Sistema Agroindustrial. Ou seja, a forma como se distribuem os ativos interfere na condição técnica de organizar o sistema, influenciando muito na determinação dos riscos associados ao processo produtivo e, conseqüentemente, no grau

¹NOTA: MA - a empresa está habilitada a abater aves. As classes MA1 a MA 4 estão relacionadas ao porte da empresa. MA1 são estabelecimentos que podem abater mais de 3000 frangos por hora; MA2 podem abater de 1500 a 3000 frangos por hora; MA3 estão habilitados para abater de 600 a 1500 frangos por hora e, por fim, MA4 pode abater até 60 frangos por hora.

de competitividade da cadeia (IPARDES, 2002).

Exemplo dessa afirmação são as limitações de identificar as orientações nos quais os produtores estão direcionados, em função de atuarem de forma diversificada, correm o risco de orientar a produção, desencadeando um excesso de oferta ou mesmo a falta de produtos aos consumidores, com impactos negativos sobre seu negócio.

No caso da carne de coelho, diferente do setor bovino, suíno e avícola, o segmento de industrialização tem se demonstrado baixa expressão. As grandes empresas, normalmente operam em sistemas de integração, cooperativas, o setor cunícula demonstra integrações e sistemas de cooperativismo orientado para a competitividade.

No sistema de produção, como o avícola, esses possuem processos de produção compatíveis com o moderno paradigma tecnológico mundial e competem eficientemente no mercado

mundial e nacional. Trabalham, basicamente, com embutidos e produtos industrializados de maior valor agregado e, hoje, operam como *holding*, congregando um grupo de empresas de alimentos com forte representatividade no complexo agroindustrial do país, possuem várias unidades de produção, centros de distribuição e milhares de integrados formando estruturas operacionais de grande dimensão, onde se incluem as plantas localizadas em território catarinense (IPARDES, 2002).

2.2.1) Consumo de carne por espécie em Santa Catarina

O consumo de carne em Santa Catarina é liderado por tradicionais espécies, ambas de consumo similar a níveis mundiais (FAO, 2012). A distribuição de consumo por espécie no Estado de Santa Catarina demonstra distribuição considerável entre as três principais carnes, conforme apresenta a Tabela 02.

Tabela 02: Consumo per capita de carnes – Santa Catarina – 2004-2011

Carne	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Média
Suína	23,05	23,24	22,95	23,5	24	24	24,5	24,61	23,63
Frango	41,08	41,14	42	42,1	42	42	43,5	46,2	42,44
Bovina	32,1	31,9	32,2	30,7	30,5	30,5	30,3	30	31,09
Total	96,23	96,28	97,15	96,3	96,5	96,5	98,3	100,8	97,15

Fonte: IBGE (2012, p. 01)

De acordo com Rodigheri (2012) a evolução do consumo geral de carnes se explica porque Santa Catarina no consumo de carne bovina caiu em Santa Catarina de 2004 para 2011 e o consumo das outras duas é maior no Estado do que no Brasil. O Estado consome no geral 500 gramas a mais de carne por habitante por ano, mas a um custo menor, devido a maior proporção de carne suína e de frango, que são mais baratas do que a carne bovina.

Na Itália, por exemplo, a demanda per capita de carne de coelho é de 5,3 quilos por ano, já, no Brasil, o consumo médio é de apenas 0,120 kg/hab./ano (EMATER, 2006). A percepção e a qualidade da carne estão relacionadas com o sabor, aroma, suculência e maciez, sendo essas características de grande importância na decisão de compra pelo consumidor (MOELLER et al., 2010).

Grunert (2006) analisou as tendências e o perfil dos consumidores de carne e identificou entre as tendências de consumo, a consciência crescente da relação alimentação e saúde e o maior interesse quanto à origem da carne e o sistema de criação dos animais de produção.

3) Metodologia

A coleta de dados com os produtores, abatedouro e cooperativa foram realizadas *in loco* pelo pesquisador; sendo que a entrevista voltada a cooperativa realizou-se com o presidente dois associados da instituição. Já no abatedouro diretamente com o proprietário da empresa e por fim com os produtores de coelho (06 amostras), ambos os instrumentos localizados na região meio oeste do Estado.

As entrevistas com os produtores e na cooperativa foram realizadas aplicando-se um questionário semiestruturado por meio de conveniência, diante dos produtores apontados pela cooperativa e por questões de proximidade geográfica, com visita às propriedades e cooperativa (ambas *in loco*) pelo pesquisador.

Os dados coletados referentes à atividade de estudo por meio de informações concedidas por seis produtores entrevistados, onde a seleção da amostra foi sugerida pela cooperativa de cunicultores, por apresentarem representatividade de produção na região, a fim de que se possa avaliar a evolução e sistematização da atividade cunícula nas unidades produtivas e processadoras.

De acordo Anderson, Sweeney e Williams (2007) amostras por conveniência têm a vantagem de permitir que a escolha de amostras e a coleta de dados sejam relativamente fáceis; entretanto, é impossível avaliar a “excelência” da amostra em termos de sua representatividade da população. Uma amostra por conveniência tanto pode produzir bons resultados como não; nenhum procedimento estatisticamente justificável possibilita uma análise de probabilidade e inferência sobre a qualidade dos resultados da amostra.

Já a pesquisa relacionada ao cliente final (mercado consumidor) da carne realizou-se por amostragem conveniência. Foram enviados no quarto trimestre de 2013 um total de 500 convites para a pesquisa voltada ao consumidor final, via *Google docs* resultando num total de 304 registros válidos para o estudo neste mesmo período, pulverizado em todo o Estado de Santa Catarina, estratificada em regiões obteve a seguinte representatividade nas respostas válidas.

A distribuição das entrevistas válidas em Santa Catarina foram: Litoral (5,92%), Meio-Oeste (37,82%), Nordeste (5,26%), Oeste (34,21%), Planalto Serrano (8,22%) e Sul do Estado (8,55%).

Em termos de procedimento metodológico, foi desenvolvida uma pesquisa bibliográfica e pesquisas de campo. A pesquisa bibliográfica abrangeu publicações em geral - livros técnicos, textos e publicações especializados, dissertações e teses, revistas e periódicos com o objetivo de estudar a história da produção cunícula e sua evolução ao longo dos últimos dez anos, via acesso às bases de dados *Ebsco*, *Spell*, *Scielo*, Banco de Dissertações e teses de universidades brasileiras. A análise bibliográfica buscou, também, examinar os cenários de outros países em relação ao mercado e a cadeia produtiva.

Na presente pesquisa se utilizou em virtude do tamanho da amostra a forma voluntária via ferramenta da *Web 2.0*, o *Google Docs* aplicada e gerenciada pelo pesquisador.

Segundo Malhotra (2006) as pesquisas realizadas com auxílio da Internet estão ficando cada vez mais populares entre os pesquisadores, principalmente devido às suas vantagens, entre as quais figuram os menores custos, rapidez e a capacidade de atingir populações específicas, assim como, do ponto de vista do respondente, é possível responder da maneira que for mais conveniente, no tempo e local de cada um. Porém, ao escolher esse

método para coleta de dados é necessário estar atento às desvantagens presentes, de maneira a minimizá-las.

Como principais características do método de pesquisa *survey* podem-se citar: o interesse é produzir descrições quantitativas de uma população e faz uso de um instrumento pré-definido.

A proposta para adequação do questionário foi ajustada mediante um teste piloto por meio da aplicação dos questionários a uma amostragem pré-selecionada no estado catarinense. Conseqüentemente foram efetuados os ajustes necessários e por fim aplicado o teste definitivo.

Utilizou-se um questionário semiestruturado desenvolvido no SPHINX segundo a metodologia proposta por Freitas et al. (2008) e as entrevistas foram gravadas e depois transcritas para análise e discussão.

Os instrumentos de coletas de dados contribuíram de forma individual e integrados para o alcance dos objetivos propostos no trabalho. Em conjunto a estatística (método quantitativo) a abordagem qualitativa combina a identificação das ações de relacionamento identificadas nas entrevistas semiestruturada, via produtores individuais e pela cooperativa.

4) Apresentação e análise dos dados

Quando questionado os produtores quanto aos limitadores da atividade, identificaram-se fatores diversificados. No Quadro 01 são apresentados os limitadores identificados pelos produtores.

Quadro 01: Limitadores identificados pelos produtores

Produtor	Barreira apontada
PA ¹	Falta de incentivo no setor e requisitos apresentados pelos clientes (restaurantes e churrascarias) solicitando controle sanitário e inspeção da carne; Aplicação de apenas um medicamento comercial, que utiliza o princípio ativo identificado como ivermectina
PA ² , PA ³ e PCO ¹	Falta de divulgação do produto, políticas públicas e incentivos governamentais é fator limitador
PA ¹ , PA ² , PA ³ e PCO ¹	Apontaram que a utilização da ração comercial tem custo elevado e periodicamente alimentam os animais com legumes e hortaliças (feno, pastagem, alface).
PA ² , PA ³	Burocracia para adequar as normas de abate e comercialização

PA¹, PA², PA³ e PCO¹	Na infraestrutura ambos os produtores, aplicaram baixos investimentos no sistema de produção, ambos os produtores reaproveitaram equipamentos e matérias de construções antigas da propriedade, onde apontam como limitação operacional.
PA²	Dificuldades de escoamento da produção torna-se insegurança na quantidade de efetivos e matrizes a se manter na propriedade. Baixo valor recebido pela carne e dificuldade para aumentar seu preço, onde o comprador o estabelece.

PA: Produtores Autônomos; PCO: Produtores Associados

Verifica-se que o elo pesquisado aponta diversidades nos fatores limitadores da atividade, onde não se caracteriza como um novo conceito de fatores limitadores, mas sim uma união de diversos conceitos de economia, administração, *marketing* já fundamentados que se relacionam de forma dificultosa pela independência e baixo relacionamento entre os elos, onde contribuem para desorientar o objetivo

global da cadeia de valor (BONAMIGO, 2014).

4.1) Destino da produção

Através das informações dos produtores identificou-se diversidade dos destinos dos animais vivos e abatidos, bem como as vísceras comestíveis, no segundo caso. Na tabela 03 pode-se identificar o destino dos produtos.

Tabela 03: Destino dos animais vivos, in natura e vísceras comestíveis por produtor

Referência	Forma de venda	Destino dos miúdos	Principais Clientes
A ²	Cortes	Subprodutos*	Hotéis, Mercados, lojas de carne, churrascarias, restaurantes, eventos regionais
PCO ³ 1	Vivo	Subprodutos*	Associação
PCO ²	Vivo	Subprodutos*	Associação
PCO ³	Vivo	Subprodutos*	Associação
PA ⁴ 1	<i>In natura</i>	Compostagem	Comunidade por conveniência, churrascarias e restaurantes
PA ²	<i>In natura</i>	Compostagem	Comunidade por conveniência, churrascarias e restaurantes
PA ³	<i>In natura</i>	Compostagem	Comunidade por conveniência

*Considera-se qualquer beneficiamento que gere valor comercial nos miúdos

Verifica-se que os produtores relacionados à cooperativa apresentam

beneficiamento nas vísceras comestíveis dos animais. Já os produtores autônomos

² Cooperativa de produtores;

³ Produtor cooperado/Associado;

⁴ Produtores autônomos.

não demonstram processos de beneficiamento, apenas compostagem destes.

O direcionamento dos animais prontos para abate é encaminhado para a associação, realiza-se o abate, beneficiamento do produto e direcionamento para a comercialização pela associação. Já no caso dos produtores autônomos o abate é realizado nas próprias propriedades rurais em seguida comercializados por conveniência à comunidade e a pequenos restaurantes e churrascarias.

É possível observar que os produtores associados direcionam dos animais ao processamento de forma a agregar um maior valor dos “resíduos” já os produtores autônomos apresentaram descarte dos “resíduos” por meio de

compostagem. Fator que contribui para maximizar a rentabilidade da atividade e sustentabilidade econômica do agricultor.

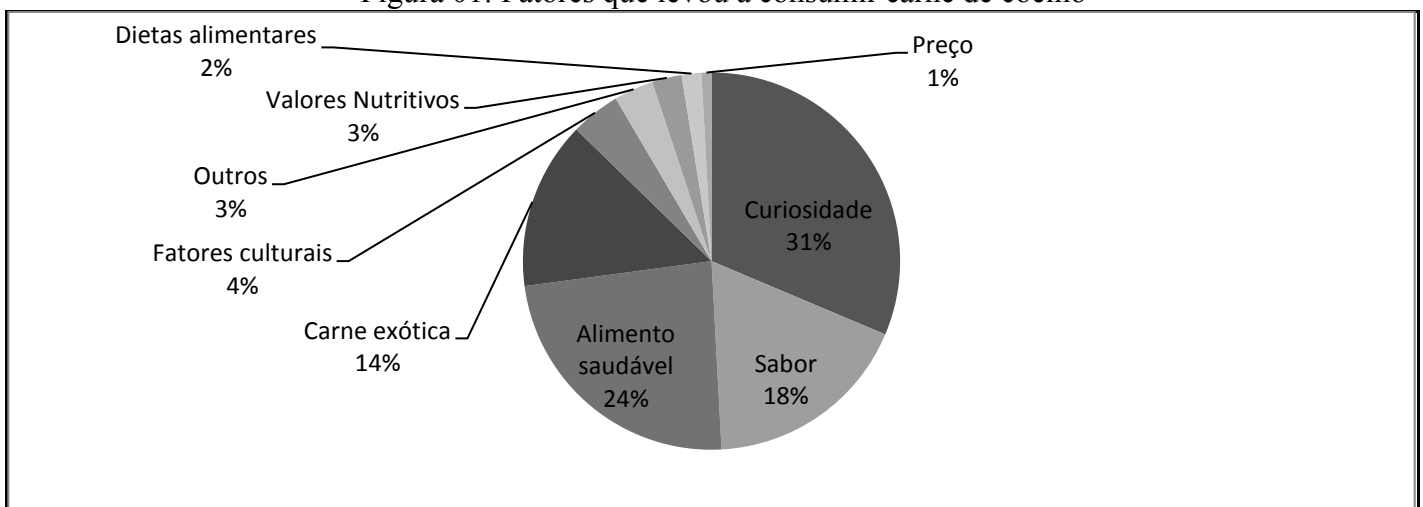
4.2) Percepções do mercado

consumidor da carne cunícula

Via pesquisa aplicada a população de Santa Catarina, pode-se ampliar as perspectivas do mercado consumidor de Santa Catarina quanto à percepção deles pelos produtos cunículas. Nos próximos subitens é apresentada a caracterização da amostra relacionada aos produtos cunículas.

Quando questionado a justificativa das respostas que levou a consumir a carne, obtiveram-se respostas diversificadas, apontando os fatores apresentados na Figura 01.

Figura 01: Fatores que levou a consumir carne de coelho



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

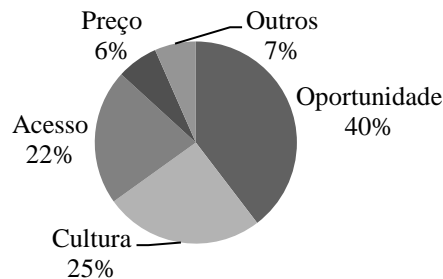
Pode-se observar que por curiosidade (31%) foi a principal justificativa de consumo, em seguida por ser um alimento saudável (24%), por motivos de sabor (18%), por ser uma carne exótica (14%), fatores culturais (4%) e por preço (1%).

Diante dos apontamentos verificados na pesquisa, alicerçados por Carvalho (2009) Duarte (2011) corrobora apontando que por um consumo inexpressivo pela população, vem se tornando um círculo vicioso e difícil de ser revertido.

A diversidade identificada no estudo esclarece a justificativa de consumo apresentada por Aurier e Sirieux (2004) que considera os alimentos um conjunto de funções para a real compreensão do que estes produtos representam para os consumidores realizar suas escolhas alimentares.

Quando questionado as justificativas por ainda não ter consumido a carne, apontaram-se os seguintes argumentos (Figura 02).

Figura 02: Justificativa que ainda não consumiu carne de coelho



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Já para os que não consumiram carne os fatores identificados foram por oportunidade (40%), cultura (25%), acesso (22%), já o fator preço (6%) e

outros (7%) não apresentam importância reconhecida pelos consumidores, o que pode indicar que o consumo de carne coelho esta relacionada a aspectos

individuais e pessoais de cada consumidor.

Vilhena et al, (2006) reforça ainda a intenção da cadeia de valor como forma de identificar as ações para identificar as atividades a desempenhar para gerar e entregar os produtos e serviços a um beneficiário.

Ao questionar os respondentes da pesquisa sobre o conhecimento da carne de coelho como uma opção alimentar saudável verificou-se que a maioria não tinha conhecimento (56%) e o restante (44%) reconheceu ser uma opção alimentar saudável.

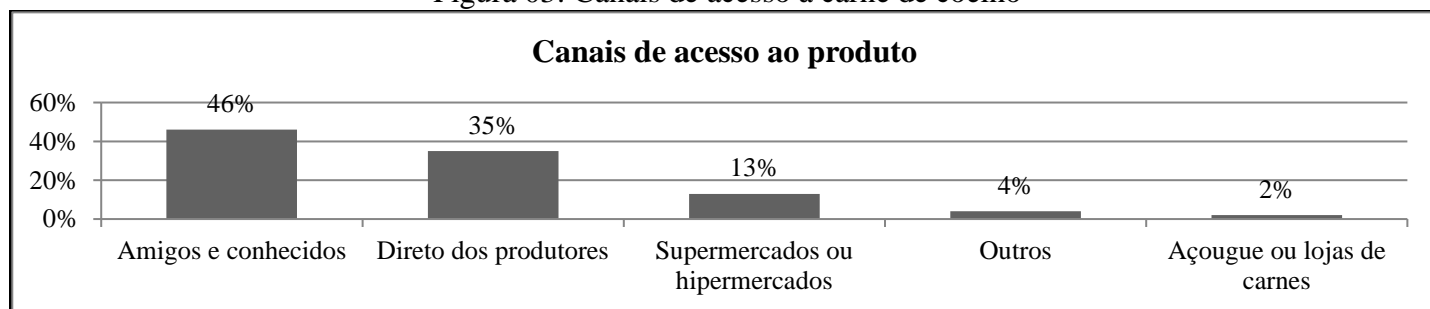
Os dados apontam que os entrevistados limitam-se aos

conhecimentos sobre a caracterização do produto, fator o qual contribuiu para promover a busca e interesse pelo consumo da carne cunícula.

Tejon e Xavier (2009) afirmam que o *marketing* é uma ferramenta apropriada para reagir às tendências de mudança percebidas nos negócios agropecuários, a exemplo da maior ênfase nos produtos com elevado valor agregado.

Os fatores relacionados ao acesso evidenciou-se pelos entrevistados, uma não padronização dos canais de obtenção do produto, conforme figura 03.

Figura 03: Canais de acesso à carne de coelho



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Ao perguntar aos entrevistados as ocasiões que preferem consumir carne de coelho, obtiveram-se as respostas representadas na Tabela 04.

Tabela 04: Em quais ocasiões prefere consumir carne de coelho

Ocasões de consumo	Freq.	Percentual
Em refeições com os amigos e familiares nos finais de semana	42	28%
Esporadicamente em qualquer dia da semana	39	26%
Quando almoça ou janta fora (restaurantes, churrascarias e outros) e em eventos públicos	37	25%
Quando recebe visitas especiais em sua casa, Em datas especiais (aniversário, festas)	32	21%
Total	150	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Verifica-se que as ocasiões de consumo da carne é diversificado, sendo que dos 150 respondentes desta questão, a maioria (28%) tem hábito de consumo esporádico, em qualquer dia da semana, em segundo em refeições com os amigos e familiares nos finais de semana (26%), em seguida (21%) quando recebe visitas especiais em sua casa, em datas especiais (aniversário, festas).

Reforça-se que a carne de coelho é uma opção alimentar de alto valor agregado, para consumo em momentos especiais, contribuindo na diferenciação das carnes tradicionais e a da McDonaldização.

Verifica-se que a carne tende a ser apreciada em momentos especiais, ou seja, atípico das carnes tradicionais consumidas no cotidiano da população catarinense. Uma vantagem diante das carnes tradicionais consumidor não associa a carne de coelho a qualquer patologia, como ocorre com outros animais, e isso deve ser aproveitado para

fomentar o seu consumo (CARVALHO, 2009).

Tendências mundiais na alimentação, barreiras estão relacionadas com a globalização da alimentação, também chamada de “McDonaldização” (RITZER, 2005) contribuem para esse índice, diante da necessidade de preparo da carne, onde a maioria dos consumidores respondentes (37%) apontaram como muito difícil o preparo da carne, a interferência de dedicação de tempo de preparo pode ser um fator dessa opção pelo consumidor.

4.3) Caracterização do perfil

consumidor por regiões do estado

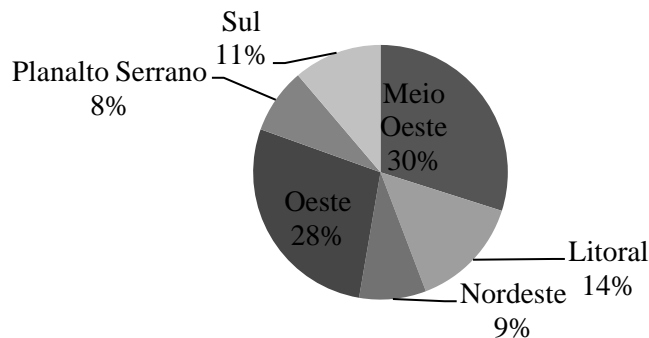
Este subitem apresenta o perfil dos consumidores dos produtos cunículas por região do Estado de Santa Catarina, diante que conhecer o mercado e o perfil do consumidor que o compõe se torna uma estratégia para ações de sobrevivência em um mercado onde a competição é cada vez mais acirrada, ou seja, atender às necessidades do

consumidor poderá determinar o sucesso ou não da atividade cunícula em Santa Catarina.

De acordo com a análise realizada, verificou-se que a percepção das características alimentares pelo mercado consumidor do Estado. Onde

consistiu em uma pergunta fechada: Você sabia que a da carne de coelho é uma opção alimentar saudável? Com as alternativas Sim ou não. Na figura 04, pode-se verificar a distribuição identificada.

Figura 04: Conhecimento e percepção do produto pelos consumidores



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Verifica-se uma considerável diversidade de percepções pelo mercado consumidor oriunda da região abordada no estudo. A distribuição obtida foi diversificada, possivelmente está relacionada à concentração da atividade agroindustrial ser elevada nestas regiões, como o oeste e meio oeste catarinense.

No panorama estadual, a região oeste e meio oeste apresenta destaque importante na produção e na exportação de carnes pela introdução de novas tecnologias no sistema de gestão e manejo e por características dos colonizadores da região, o consumo e tradição da diversidade de carnes

identifica-se como presente tradicionalmente.

Já para as regiões com menores taxas de conhecimento e consumo da carne, os contribuintes para esses dados demonstram relação com as atividades econômicas atípicas da região com maior concentração.

4.4) Discussão dos resultados da pesquisa

Os resultados gerados nesta pesquisa contribuem para compreender o cenário da atividade no Estado e os fatores limitadores do desenvolvimento da atividade e consumo de produtos de origem cunícula no Santa Catarina. A falta de ordenação dos atores ao longo da

cadeia de valor demonstra como contribuinte da lenta maximização e produção de produtos de origem cunícula.

Identifica-se a necessidade de sintonizar, ou seja integrar os diversos elos da cadeia produtiva em forma de rede de forma a agregar valor nos produtos diante do mercado. Diante desta percepção desencadeiam-se meios para promover essa posição via atividades de marketing, divulgação de produtos bem como as características da carne.

A agregação de valor e desenvolvimento de produtos cunículas a partir dos vísceras os quais a pesquisa identificou que em alguns sistemas de produção são descartados por processo de compostagem é aspecto que deixa de aumentar o valor dos produtos.

Observa-se que a aplicação de tecnologias de inseminação artificial, atividade já em avanço na Europa e aplicável em sistemas de produção, em Santa Catarina a pesquisa não identificou aplicações dessa origem.

Outro aspecto que fortalece o segmento é a racionalização de recursos e o manejo assim como as particularidades do consumo desta carne, que é caracterizada pelo alto valor nutricional e pelo apelo saudável que

proporciona aos consumidores, contribuindo para uma quantidade significativa de cálcio, fósforo e vitaminas em especial, para crianças, idosos e pessoas com problemas de colesterol elevado, risco de aterosclerose e doenças cardiovasculares. Além disso, é considerada um produto alimentar saudável e de fácil digestão (BONAMIGO, 2014).

Também é considerado como ponto forte o fato de ser um produto que possui 100% de aproveitamento do animal, ou seja, tudo pode ser comercializado, assim como o sistema de produção que visa um sistema de produção por conglomerados. Em relação à produção no Brasil, considera-se também como um aspecto positivo o fato do país possuir algumas regiões com zonas rurais adequadas à produção e o clima favorável, ou seja, propício. Também há de se mencionar o incentivo à agricultura familiar, promovendo a empregabilidade e gerando renda para as famílias que optarem por esta atividade.

Já em relação às principais fraquezas identificadas mencionam-se inicialmente os aspectos culturais para consumo, o que pode ocasionar uma baixa procura, pois muitos acabam não consumindo por questões tradicionais e paradigmas relacionando o coelho até

mesmo a eventos festivos (coelho da páscoa) ou como animal de estimação.

Percebe-se também que a produção cunícula não é considerada uma atividade tradicional no Brasil, o qual focam-se mais na produção de gado, aves e suínos tornando-se necessária a promoção de políticas públicas de forma a promover o consumo e produção da espécie. A formação de associações e cooperativas entre produtores é uma alternativa para promoção, pois além de posicionamento no mercado, favorece a disseminação de tecnologias produtivas, promoção na formação de profissionais na área e contribuição na vantagem competitiva.

Um dos desafios que se impõem ao segmento é desenvolver competências e profissionalização da administração, é necessário adotar uma visão orientada para o mercado, lançando mão de modernas estratégias mercadológicas (TEJON; XAVIER, 2009).

Estabelecer parcerias estratégicas pode ser uma alternativa interessante, principalmente com entidades a exemplo do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa, o qual dispõe de programas e projetos para incentivar e propagar o consumo de alguns produtos.

O sistema atual de fixação de preços demonstra uma desunião do setor produtor que leva a uma maior debilidade deste em relação à distribuição. Cada cunicultor negocia individualmente o preço com o matadouro, existindo algumas diferenças de preços entre os diversos produtores, tendo melhor preço, os produtores com maior capacidade de negociar tornando-se variável a rentabilidade ao produtor.

A análise do estudo permitiu observar que a agregação de valor no produto demonstra amplos espaços para beneficiamento dos produtos, onde a maioria é comercializada “*in natura*”, ou seja, o coelho inteiro sem beneficiamento, conseqüentemente a baixa agregação de valor do produto. As informações apontadas pelos agricultores, por meio das entrevistas apontaram que os miúdos dos animais não geram valor comercial, fator que contribui para menor rentabilidade da atividade.

Diante do cenário apresentado, a cadeia demonstra que a atividade requer uma maior profissionalização da atividade, pulverizada em todos os elos, contribuindo assim na promoção do relacionamento entre os atores da atividade e estratégias em rede,

possibilitando assim assumir uma atitude cada vez mais competitiva.

Para tal, é fundamental que o produtor efetue com rigor, registros produtivos e econômicos, que lhe auxiliem na tomada de decisões e promova meios para integrar seus fornecedores e seus clientes. A iniciativa apresentada pela cooperativa pesquisada demonstra iniciativas que configuram uma maior relação e introdução de mecanismos para agregar valor ao produto.

Decorrente as limitações apresentadas, apontou-se que ações de divulgação do produto, demonstram oportunidades de aumento da demanda do produto e contribui para sustentar a atividade de forma econômica. Porém, a orientação dos autores da cadeia demanda desenvolver a harmonia entre os integrantes de forma que as ações de marketing geradas alcancem as expectativas do público de mercado enfocado.

5) Considerações finais

O estudo demonstra que a cunicultura é uma atividade agropecuária ainda complementar para os produtores catarinenses e na alimentação da população do Estado. Santa Catarina, embora desponte em

segundo lugar no *ranking* dos maiores efetivos do Brasil, ainda demonstra potencial para incrementar a atividade através de ações inovadoras no segmento, que promovam e consolidem-na como alternativa produtiva, econômica e nutricional.

Estudos apresentam um relevante incremento de oportunidades para a atividade nos próximos anos, diante da caracterização do processo de produção sustentável da criação dos animais, da relação das vantagens competitivas de uma carne diferenciada, maximizam-se as oportunidades de diferenciação, com maior valor agregado, diferente das tradicionais que são *commodities*.

Os desafios da atividade e do consumo dos produtos cunículas demonstram-se pela organização da atividade e a inter-relação dos atores da cadeia, dificultando a orientação e coordenação da atividade. Contribuindo com essa abordagem verificou-se que pelo público consumidor o acesso ao produto é um dos principais fatores para limitar o consumo. Ainda, a falta de informação sobre os produtos demonstram ser fatores influenciadores na limitação do consumo.

O perfil do consumidor de carne de coelho em Santa Catarina apontou que a carne de coelho é consumida

principalmente por pessoas que realizam dietas alimentares e pessoas idosas, ainda que uma gama significativa dos consumidores seja originária do meio rural, e na maioria do sexo masculino, demonstrando ainda que as principais justificativas para consumo se dão por questão tradicional, cultural e por fatores prévios de conhecimento das características do produto.

O consumo dos produtos apresentou-se com predominância para a carne bovina, avícola e suína em Santa Catarina, o que também outros trabalhos já demonstraram. Também verificou-se uma baixa frequência do consumo da carne de coelho, sendo situações de consumo em finais de semana, festas, churrascarias e restaurantes. Podendo afirmar que a população catarinense é carnívora e o consumo da carne de coelho é esporádica.

O acesso ao produto para consumo, ou seja, a compra da carne é por conveniência diretamente dos produtores para os consumidores finais ou por amigos e conhecidos. Sendo que o fator vigilância sanitária ainda é para os produtores um limitador, já que o comércio formal é para alguns entrevistados um desafio.

Ainda verifica-se que o cunicultor, apresenta a necessidade de

organização do trabalho, desenvolver relações para assegurar volume de venda de animais, sistematizando sua atividade em relação ao mercado e aplicação de novas tecnologias de produção como inseminações e ferramentas de gestão da atividade.

Como limitação do estudo verificou-se os poucos estudos científicos sobre a atividade e pesquisas na área da cunicultura relacionado à cadeia produtiva. E ainda, os dados secundários disponíveis para pesquisa, eram poucos e defasados. Sugere-se como oportunidade de futuros estudos diagnosticar outras regiões do país possibilitando comparações com Santa Catarina. Verificam-se também lacunas para estudos para criar estratégias para tornar a atividade cunícula sustentável no Estado.

Referências bibliográficas

AURIER, P.; SIRIEX, L. **Le marketing des produits agroalimentaires**. 2 ed. Dunod, Paris, 2004.

BIRCHARD, S.J. Y SHERDING, R.G. **Manual clínico de pequeñas especies**. Ed., Interamericana, México, D.F., p. 1618-1622. 1996.

CARVALHO, R. C. **Caracterização da produção cunícula nas regiões De Trás-os-Montes, Minho e Galiza.** 2009. 139 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia Zootécnica) -Universidade de Tras-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, 2009.

CHEEKE, P.R. The potential role of the rabbit in meeting world food needs. **Journal of Applied Rabbit Research.** v.3, p. 3-5, 1980.

COBOS, A., M.I. CAMBERO, J.A. ORDÓÑEZ L. L. H. Effect of fat-enriched diets on rabbit meat fatty acid composition. **Journal of the Science of Food and Agriculture.** n.62, p. 83-86. 1993.

COMBES. Valeur nutritionnelle de la viande de lapin. **Productions Animales.** v.17, p. 373–383. 2004.

DALLE ZOTTE A. Main factors influencing the rabbit carcass and meat quality. In: **Proceedings of the 7th World Rabbit Congress**, Spain. p. 1–32, 2000.

DE BLAS, D.L. **Alimentación del conejo.** Madrid, Ed. Mundi-Prensa, 1984. 175p. 1984.

EMATER, **Coelho: Pesquisa de mercado.** Distrito Federal. 2006.

Disponível em: <www.emater.df.gov.br/index.php?option=com_phocadownload&view=category&download=544:coelho&id=45:pesquisa-de-mercado-consumo-carne-coelho-revista-globo-rural> Acesso em 10 out. 2013

FAO. **FAOSTAT Agriculture.** Roma, 2013. Disponível em: <<http://faostat.fao.org/site/569/default.aspx#ancor>.> Acesso em 14 nov. 2012.

FREITAS, H. et al. **SPHINX Aprendiz.** Canoas, RS: SPHINX, 2008. 368p.

GONZÁLEZ. R. Proposal of a nest box for the reproduction of wild rabbits (*Oryctolagus cuniculus*) in cages. **World rabbit Science.** v. 14, p. 115-121. 2006.

GRUNERT, K. G. Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption. **Meat Science,** v. 74, p. 149-160, 2006.

HERNÁNDEZ, P. 2007. Carne de conejo, ideal para dietas bajas en ácido úrico. Revista **Científica de Nutrición. Bol Cunicul,** 2007. v. 154, n. 8, p. 33-36.

HERNÁNDEZ, P.; PLA, M.; OLIVER, M. A.; BLASCO, A. Relationships between meat quality measurements in rabbits fed with three diets of different

fat type and content. **Meat Science**, Barking, v. 55, n.4, p. 379-384, 2000. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1207/S15327736ME1403_3. Acesso em 02 fev. 2014.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censos**. 2012. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/agropecuaria/producaoagropecuaria/>> Acesso em: 01 de jun. 2013.

IPARDES. Análise da Competitividade da cadeia agroindustrial de carne de frango no Estado do Paraná. Curitiba, PR: **IPARDES**, 2002. 230p.

LEBAS, F. Y OUHAYOUN J. Influencia de la alimentación sobre la calidad de la carne de conejo: características organolépticas y presentación de La canal. **Boletín de cunicultura**. v. 16, n. 70, p. 16-20. 1993.

LLEONART, F.R. **Tratado de Cunicultura**. Anatomía y fisiología del aparato digestivo. Barcelona: Real Escuela Oficial y Superior de Avicultura, 1980. v.1, p. 61-84.

MACHADO, L. C; FERREIRA, W. M.A **Cunicultura e o Desenvolvimento Sustentável**. Minas Gerais. 2012. Disponível em <[HTTP://http://www.acbc.org.br/cunicultura/developimentosustentavel.pdf](http://www.acbc.org.br/cunicultura/developimentosustentavel.pdf)> Acesso em: 10 abr. 2013.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 720p, 2006.

MAPA, **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. 2013. Disponível em:<http://bi.agricultura.gov.br/reports/rwservlet?sigcif_cons&estabelecimentos.rdf&p_id_area=1&p_id_cat_estab=90&p_id_classe_estab=&p_cd_classe_estab=&p_sg_uf=SC&p_id_municipio=&p_serial=216530688¶mform=no>. Acesso em: 21 de out. 2013.

MCNITT J.I., N.M.Patton, P.R.Cheeke and S.D.Lukefahr. **Rabbit production**. 7th edition, Interstate publishers Inc, Danville, Illinois, 1996.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural**. Chapecó: ARGOS, 2005. 338p.

MOELLER, S. J. Consumer perceptions of pork eating quality as affected by pork quality attributes and end-point cooked temperature. **Meat Science**, v. 84, n. 1, p. 14-22, 2010

PLA M, PASCUAL, M., ARIÑO, B. Protein, fat and moisture content of retail cuts of rabbit meat evaluated with the

NIRS methodology. **World Rabbit Sci.**, v.12, p.149–158. 2004.

RITZER, G. La McDonalización de la sociedad. **Ariel Sociedad Económica.** Madrid, 2005.

RODIGHERI, J. Carnes – A evolução no consumo das carnes. Santa Catarina, 2012. Disponível em: <http://www.epagri.sc.gov.br/?page_id=6484>. Acesso em 02 fev. 2014

SANTOS, F. B. **Cunicultura**: análise de viabilidade de gerar uma empresa voltada para criação de 500 coelhos por mês em Feira de Santana, Bahia. 2010. 93p. Monografia (Bacharel em Administração). Universidade Estadual de Feira de Santana, Feira de Santana, 2010. Disponível em: <<http://www.uefs.br/portal/colegiados/administracao/menus/monografia>>. Acesso em: 02 mar. 2014.

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas.** Coelho nacional atrai grupo francês genevo. 2008. Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br/novos_destaquas/oportunidade/mostrar_materia.asp?cd_noticia=7278>. Acesso em: 11 out. 2013. 2004.

SUTTLE, F. **Mineral Nutrition of Livestock.** 4th ed. Wallingford, Oxfordshire, UK: CAB International, 2010.

SWANSON, T.M.;BARBIER, E.B. **Economics for the Wilds:** Wildlife, Wildlands, Diversity and Development. Earthscan Publications, London, 226 p. 1992.

TEJON, J. L.; XAVIER, C. **Marketing e agronegócio:** a nova gestão Diálogo com a sociedade. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

TVARDOVSKAS. L. **Coelho.** São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://revistagloborural.globo.com/Globorural/0,6993,EEC1411764-4530,00.html>>. Acesso em: 11 mar. 2014

VELASQUEZ, F.; PLAZA, J.; GUTIERREZ, B.; RODRIGUEZ, G.; ROMERO, M.; CARRANZA, J. **Método de planificación del desarrollo tecnológico en cadenas agroindustriales que integran principios de sostenibilidad y competitividad.** La Haya, ISNAR, 1998.

VILHENA, R.; MARTINS, H. F.; MARINI, C.; GUIMARAES, T. B. O

Choque de Gestão em Minas Gerais:

políticas da gestão pública para o desenvolvimento. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

WILLIAMS P. G. Nutritional composition of red meat. **Nutr. Diet.** n. 64, p. 113–S119. 2007.