



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE CARNE DE OVINOS NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE-MG

**FILIPE MANUEL VENTURA MAGALHÃES DA CRUZ AZEVEDO; LUIZ
MARCELO ANTONIALLI;**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

LAVRAS - MG - BRASIL

lmantonialli@uol.com.br

PÔSTER

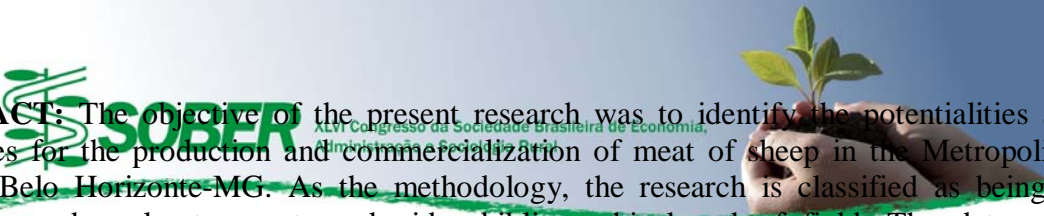
Economia e Gestão do Agronegócio

PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE CARNE DE OVINOS NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE-MG

Grupo de pesquisa: Economia e Gestão do Agronegócio

RESUMO: O objetivo da presente pesquisa foi identificar as potencialidades e dificuldades para a produção e comercialização de carne de ovinos na Região Metropolitana de Belo Horizonte-MG. Quanto à metodologia, a pesquisa classifica-se como de natureza qualitativa e exploratória, além de bibliográfica e de campo. Os dados foram coletados por meio da entrevista pessoal com criadores e um representante da Cooperativa Procordeiro e, além disso, por meio de um questionário estruturado aplicado aos representantes de supermercados e restaurantes. Os resultados da pesquisa evidenciaram certo otimismo sobre a evolução do mercado de carne ovina, entre criadores, cooperativa, supermercadistas e restaurantes. Por outro lado, houve concordância em que o preço da carne é elevado quando comparado aos outros tipos de carnes, como também, existem dificuldades referentes à oferta de um produto de qualidade. Concluiu-se que cabe aos diversos atores envolvidos (criadores, cooperativas, supermercados e restaurantes) envidar esforços para a melhoria do setor, através da melhoria do rebanho, do aproveitamento dos subprodutos, da padronização dos cortes, da qualidade da carne, da maior divulgação e da oferta de novos produtos.

Palavras-chave: Produção, comercialização, ovinos.



ABSTRACT: The objective of the present research was to identify the potentialities and difficulties for the production and commercialization of meat of sheep in the Metropolitan Area of Belo Horizonte-MG. As the methodology, the research is classified as being of qualitative and exploratory nature, besides bibliographical and of field. The data were collected through the personal interview with creators and a representative of the Procordeiro Cooperative and, besides, through a questionnaire structured with representatives of supermarkets and restaurants. The results of the research evidenced certain optimism about the evolution of the market of sheep meat, among creators, cooperative, supermarkets and restaurants. On the other hand, there was agreement that the price of the meat is elevated when compared to the other types of meats, as well as referring difficulties exist to the offer of a quality product. It was ended that fits to the several involved actors - creators, cooperatives, supermarkets and restaurants - to endeavor efforts for the improvement of the section, through the improvement of the flock, of the use of the by-products, of the standardization of the cuts, of the quality of the meat, of the largest popularization and of the offer of new products.

Key-words: Production, commercialization, sheep.

1. INTRODUÇÃO

A carne ovina é pouco comercializada no Brasil, pois o país tem uma cultura gastronômica voltada para a carne bovina e de frangos, que são, tradicionalmente, consumidas em todas as ocasiões e por todas as classes sociais (PÉREZ; CARVALHO, 2003).

No entanto, 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. O aumento na sua comercialização tem feito com que surjam mais criadores, tornando seus preços mais acessíveis (SIQUEIRA, 2006).

A ovinocultura pode ser direcionada para a produção de carne, pele ou lã, além de oferecer um leite de excelente qualidade para a produção de queijos especiais (UNIVERSIDADE ON-LINE DE VIÇOSA, 2005).

De acordo com a finalidade da criação e com o local e ambiente em que ocorrerá, o produtor deverá selecionar a raça mais apropriada. Para a produção de lã são mais indicadas a Merino e a Ideal. Para pele, a raça mais valorizada é a *Karakul*, por ser a produtora da famosa pele astracã. Para corte, destacam-se as seguintes raças: *Border Leicester*, *Dorper*, *Hampshire Down*, *Ile de France*, *Texel*, *Sufolk* e Santa Inês (CICO, 2005).

O Brasil está começando a reconhecer a importância dos ovinos como atividade pecuária, embora esta não seja tão recente (SANTOS, 2004). No entanto, não existem tradições ou hábitos que denotem o uso ou o consumo da carne ou leite de ovinos na dieta da população. Mesmo a utilização de seus subprodutos é pouco divulgada. Só recentemente as indústrias de couro e sapatos que utilizam tal material começaram a ser divulgadas (SANTOS, 2004).

Além de estar sendo adotada como atividade paralela por grandes produtores, a criação de ovinos vem se firmando, nos últimos anos, como alternativa para os pequenos e médios produtores rurais, pois permite a utilização de mão-de-obra familiar e suas instalações são simples e de baixo custo, segundo Campos, Martins e Mayorga (2005).

De acordo com Morais (2004), a ovinocultura tem se destacado “*no cenário brasileiro como atividade sustentável e de grande impacto sócio-econômico*”, pois o crescimento da demanda registrado nos últimos dez anos incentivou a entrada de vários novos empresários no setor. Porém, Wander e Martins (2004) observam que há uma grande deficiência na quantidade de estudos que avaliam o custo de produção de ovinos de corte. E dentre os já realizados, predominam os estudos que avaliam os custos variáveis relativos à fase de acabamento de cordeiros. Outro aspecto pouco analisado é o nível de rentabilidade dos investimentos na atividade.

Coutinho (2005) confirma esse crescimento, destacando a expressividade de São Paulo como o Estado que apresentou o maior crescimento do rebanho. Para o referido autor, o consumo da carne de cordeiro no Brasil, atualmente, é muito pequeno, em torno de 700gr por pessoa/ano, e esse mercado apresenta potencial para crescimento. Ressalta-se que, “*no que diz respeito à participação do Brasil no mercado mundial, a importação de carne ovina passou de 2,3 mil toneladas em 1992 para 14,7 mil toneladas em 2000, representando um crescimento acima de 600%*” (MORAIS, 2004). Dados mais recentes demonstram que em 2007, no período de janeiro a maio, o país já importou 2,5 mil toneladas de carne ovina (BRASIL, 2007).

De acordo com Krolow (2005, p. 1), a ovinocaprinocultura tem se expandido no Brasil, em decorrência do aumento no consumo dessas carnes em “*algumas regiões que abatem animais jovens com carcaças apresentadas ao consumidor em cortes especiais*”. A referida autora cita ainda, que o consumo das carnes de ovinos e caprinos, na última década, atingiu 1,5kg/habitante/ano. Essa informação duplica o consumo informado por Coutinho (2005), o que é justificado por Krolow (2005, p. 2) como resultado das importações, do

aumento da produção no Brasil e também, de “*um menor preconceito em relação à carne por consumidores*”.

Para Guedes (2006), o desabastecimento de carnes e peles de ovinos no mercado doméstico é crônico e precisa ser solucionado em curto prazo, pois as importações têm crescido nos últimos anos, buscando atender ao déficit interno de 152%.

Gontijo Neto (2005) ressalta que a oferta da carne ovina é irregular e existem poucos pontos de venda. A carne de ovelha já pode ser encontrada em alguns restaurantes e supermercados, mas seu preço ainda é muito elevado (SEBRAE-CE, 1998). Ojima, Bezerra e Oliveira (2006) creditam o elevado preço ao fato de estes estabelecimentos oferecerem cortes especiais e atenderem a consumidores de classe média e alta, com maior poder aquisitivo e elevado nível de exigência.

Galvão (2004) afirma que os números apresentados ainda são tímidos e os criadores precisam se organizar em uma estrutura mais profissional para oferecer ao mercado um produto de qualidade com preço acessível e atraente ao consumidor. Entretanto, os produtores rurais já estão atentos à maior produtividade dos ovinos, pois, quando comparados com os bovinos os resultados se tornam evidentemente mais favoráveis aos primeiros.

Para Gaúna (2006), o retorno financeiro da ovinocultura pode ocorrer em um período de um ano e meio a dois anos, sendo o investimento inicial necessário estimado em R\$23 mil. O referido autor estima que se um produtor iniciar sua criação com 100 matrizes e dois carneiros de raça de carne, em uma área de cinco hectares, ao final de um ano deverá ter 100 cordeirinhos para o abate, “*descartando a frequência de partos de gêmeos, em torno de 25%*” (GAÚNA, 2006). Além disso, Gaúna (2006) estima que o rebanho nacional represente apenas 10% da população humana, o que demonstra a oportunidade para a expansão da atividade.

O pequeno porte desses animais, quando comparados com os bovinos, permite que se crie um maior número de cabeças em um mesmo espaço que somente permitiria a presença de um bovino. De acordo com Gaúna (2006), o espaço necessário para se criar um boi comporta entre 25 e 30 cordeiros. Outro aspecto relevante é o período entre os partos, que permite que as ovelhas procriem duas vezes mais que os bovinos, além do período de gestação que nos ovinos é de cinco meses contra nove meses dos bovinos (CAMPOS; MARTINS; MAYORGA, 2005).

Nos últimos anos, parte da população de Belo Horizonte, com melhor poder aquisitivo, tem procurado adquirir sítios e chácaras em cidades da região metropolitana, com o intuito de se afastar do estresse da capital, se aproximar mais da natureza e se afastar da violência urbana. Muitos fazendeiros têm loteado parte de suas propriedades, propiciando a venda a esse novo grupo de interessados (OLIVEIRA, 2004).

Várias imobiliárias já estão se especializando nesse tipo de loteamento, com dois hectares (ha), ou seja, 20.000m², como ocorreu, por exemplo, no distrito de Ravena, que é próximo a Sabará, Igarapé e Caetanópolis, que fica a 78km do Ceasa Minas, dentre outras localidades (OLIVEIRA, 2004).

Os fazendeiros passam a contar, então, com propriedades menores, o que influencia o tipo de cultura e criação a serem desenvolvidas. Muitas propriedades, devido ao clima e à topografia, já eram deficitárias, sendo este um dos principais motivos para o loteamento de parte das fazendas (OLIVEIRA, 2004).

A ovinocultura pode, portanto, se tornar uma alternativa viável para propriedades menores, com menos recursos naturais e reduzida necessidade de investimentos pelos proprietários. Além disso, para os novos proprietários, a ovinocultura poderá se tornar uma atividade atraente, oferecendo leite e carne para consumo familiar, o que vai ao encontro do desejo de aproximação com a vida rural.

Para os produtores rurais, a proximidade dessas regiões com a capital, certamente, representará economia em termos de transporte, melhorando o preço final dos animais vivos,

devido a pouca ou nenhuma perda de peso durante o trajeto até o comprador. A demanda dos restaurantes e supermercados, provavelmente, absorverá a produção local, além possibilitar oferecer o produto excedente, se houver, a outros mercados mais próximos, como cidades do interior do próprio Estado de Minas, Rio de Janeiro e São Paulo.

A disposição dos fazendeiros, das imobiliárias e desse novo público desejoso de residir em um ambiente bucólico pode ensejar um novo perfil pecuário para a região, mais adequado a pequenas propriedades, com menores investimentos, criando novas fontes de receita e gerando mais empregos.

Diante das considerações apresentadas e dos poucos estudos sobre a criação e comercialização de ovinos, especialmente na Região Metropolitana de Belo Horizonte, justifica-se a importância do estudo, pois o mercado doméstico carece de atendimento não só da demanda de carne, mas também, dos seus subprodutos, especialmente o couro, o que também contribuirá para redução das importações e o fortalecimento da indústria brasileira.

O objetivo do estudo foi avaliar as potencialidades e dificuldades para produção e comercialização de carne de ovinos na Região Metropolitana de Belo Horizonte, Minas Gerais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A cadeia produtiva da ovinocultura

A criação de ovinos e caprinos, segundo Nogueira Filho (2002), ocorre em todos os continentes, em regiões com diferentes condições climáticas. Entretanto, somente em alguns países a caprino-ovinocultura atinge representatividade econômica e conta com avançados mecanismos tecnológicos.

De acordo com Campos, Martins e Mayorga (2005), a maior concentração de rebanhos se encontra na China (13,3%), seguida pela Austrália (10,9%), Índia (5,7%), Sudão (4,6%), Nova Zelândia (4,2%), Reino Unido (3,5%), África do Sul (2,8%), Turquia (2,6%) e Paquistão (2,4%), representando, aproximadamente, 55% do rebanho ovino mundial. Já na América do Sul, os rebanhos de ovinos somam 23,4 milhões de animais, sendo os maiores criadores a Argentina, o Uruguai e o Brasil, que respondem por, aproximadamente, 62,5% do total desses animais na região.

O rebanho mundial de ovinos, em 2002, era de aproximadamente 1.060 milhões de animais, sendo que 53% dessa população se encontravam nos países em desenvolvimento (CAMPOS; MARTINS; MAYORGA, 2005).

De acordo com Drummond (2004), os dados oficiais sobre ovinos no Brasil são de 2002 e se referem ao último levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com a desvantagem adicional de, além de estarem desatualizados, não especificarem as diferentes raças que compõem os rebanhos.

O abate mundial de ovinos e caprinos, no período de 1991 a 2000 cresceu 7,5%, segundo Vasconcelos e Vieira (2003). Porém, de acordo com o relatório da FAO citado por Campos, Martins e Mayorga (2005, p. 2), esse crescimento é insuficiente “*em relação às necessidades do consumo humano*”.

Para Couto Filho (2002), a caprino-ovinocultura é uma atividade que se destaca dentre as desenvolvidas no setor agropecuário nas últimas décadas. A atividade participa em todos os setores da economia, uma vez que, além da carne, outros produtos oriundos dos ovinos podem ser comercializados, aumentando a lucratividade do criador (MOREIRA et al., 2000). Até a década de 1990 predominava como seu principal produto a lã, mas, atualmente, a carne se tornou o produto mais procurado (EMATER-DF, 2006).

A produção de peles de ovinos, em sua maior parte (95,3%) se concentra nos países em desenvolvimento, segundo Campos, Martins e Mayorga (2005). Ainda, segundo os referidos autores, a procura por pele *in natura* de ovinos é maior do que a oferta.

A indústria couro-calçadista brasileira, cuja qualidade é reconhecida internacionalmente, utiliza grande parte de matéria-prima importada de países africanos e asiáticos, devido aos seus preços mais acessíveis e competitivos, além da padronização no tamanho das peles, que é considerado um diferencial do produto (COUTO FILHO, 2002). Esta indústria utiliza o couro de pequenos ruminantes domésticos, como caprinos e ovinos, mas encontra problemas com relação à qualidade e quantidade ofertada no mercado interno, confirma Símplicio (2001).

Os defeitos são decorrentes das condições em que ocorre o manejo da criação, destacando-se, dentre elas: a idade do abate do animal; sua exposição à vegetação espinhosa da caatinga; às cercas de arame farpado, muito comuns na região; às doenças (lifenite caseosa e sarna demodécica); aos processos rudimentares de abate e esfola; à sua conservação, armazenamento e transporte em condições inadequadas (SIMPLÍCIO, 2001). Outro aspecto destacado pelo Sebrae (2005) é referente à predominância do abate clandestino desses animais, cuja esfola é feita com faca e outros instrumentos cortantes, que danificam a pele, tornando-a imprópria para o uso da indústria coureira.

O estudo desenvolvido por Moreira et al. (2000), na Bahia, informa que seis curtumes locais importam as peles com que trabalham devido à baixa qualidade e quantidade ofertadas pelo mercado nacional.

As peles dos ovinos deslanados, em geral, têm maior valor de mercado, chegando a atingir R\$12,00 a peça, sendo apropriadas para a confecção de peças de vestuário e calçados finos (SEBRAE, 2005).

Durante o período de 1992 a 1999 a exportação brasileira de peles de ovinos atingiu US\$87,1 milhões. Em 2000 o valor dessas operações foi de US\$7,1 milhões. Os principais importadores foram a Nigéria, Espanha e o Quênia. Em contrapartida, a importação de peles ovinas no período de 1992 a 1999 chegou a US\$54,6 milhões, sendo que em 2000 representou US\$6,1 milhões. Os principais exportadores de peles ovinas foram a Espanha, a Itália e a Finlândia (SEBRAE, 2005).

De acordo com Selaive-Villarreal (1995), a maior parte do leite de ovinos é produzida pelos países em desenvolvimento, os quais respondem por, aproximadamente, 75,8% da produção mundial, que é estimada em 8.800 mil toneladas/ano (MOREIRA et al., 2000).

O leite é utilizado, de acordo com Selaive-Villarreal (1995) e Símplicio (2001), além de ser bebido *in natura*, para a produção de queijos finos, como o Roquefort, na França e Holanda, e o Gorgonzola, na Itália. Moreira et al. (2000) relatam que na Bahia há apenas um produtor de queijo de leite de ovinos, com uma produção média de 150 kg/mês, cujo produto é comercializado a R\$15,00/kg.

A lã natural, apesar de ter perdido grande fatia de mercado para os fios sintéticos, ainda é bastante valorizada. As raças de ovinos produtoras de lã e carne são mais exploradas em regiões de clima temperado, enquanto a maior parte das raças de ovinos deslanados se encontra em regiões mais quentes, de climas árido e semi-árido (SELAIVE-VILLARREAL, 1995).

De acordo com Taguchi (2000), a ovinocultura é rentável e o retorno financeiro da atividade é seguro, devido, principalmente, ao crescimento da demanda. Essa observação é corroborada por Santos (2004) que afirma ainda, que a atividade, além de permitir diferentes tipos de exploração, gera empregos. As oportunidades se estendem aos fabricantes de máquinas e equipamentos, insumos diversos e profissionais, como, por exemplo, os veterinários, que passam a ser mais solicitados e desencadeiam outras atividades e necessidades, como medicamentos e exames laboratoriais.

A carne movimenta outros profissionais e setores, aquecendo, inclusive, “*um imenso mercado informal que abate, vende, e consome milhares ou milhões de cabeças por ano*” (SANTOS, 2004, p. 53).

A cadeia produtiva da ovinocultura movimenta desde os criadores até as universidades, passando pela indústria de transformação e pelo mercado informal, gerando empregos e renda para a população (SANTOS, 2004).

De acordo com Simplício (2001), a cadeia produtiva da caprino-ovinocultura, no país, ainda não se encontra suficientemente organizada. O referido autor afirma que 95% dos abates desses animais são feitos de forma clandestina, não atendendo às condições adequadas de higiene, o que pode colocar em risco a qualidade do produto e a saúde do consumidor. A exceção registrada por Simplício (2001) se refere à região Nordeste que conta com 20 abatedouros/frigoríficos, cuja capacidade instalada é subutilizada.

A despeito da escassez de informações oficiais, Viana e Borges (2005, p. 2) afirmam que o potencial do setor “*em fornecer retorno econômico significativo*” é evidente.

O ambiente natural interfere e influi na saúde e qualidade do animal e dos produtos que chegam ao mercado, determinando, inclusive, variações no seu preço. Cada região brasileira apresenta características diferenciadas, que exigem do criador uma atenção especial.

Viana e Borges (2005) asseveram que a degradação das pastagens é um dos problemas mais sérios a serem enfrentados pelos pecuaristas, tornando-se imprescindível a utilização racional dos recursos existentes, para que se garanta a sustentabilidade e produtividade das regiões.

A tecnologia já permitiu a criação de vacinas que atuam preventivamente nas verminoses e doenças mais comumente encontradas nos animais, não permitindo que sua disseminação dizime rebanhos e se transforme em epidemias. Atualmente, tem-se um calendário adequado para as diversas etapas de vida dos animais, com períodos determinados para vacinação e vermifugação. Mas, as novas tecnologias desenvolvidas estão abrindo novas perspectivas para os criadores, gerando animais com melhores características e mais bem aceitos e valorizados pelo mercado. A Universidade Federal do Paraná está desenvolvendo, em parceria com ovinocultores do estado, um programa para gerar conhecimentos das diversas raças de animais criadas, visando atingir uma raça que ofereça melhor adequação para a produção de carne (BONA FILHO et al., 2003).

Novas técnicas de manejo já estão sendo empregadas como forma de garantir uma carne mais tenra, com menor teor de gordura em ovinos, adequadas a cada espécie. Outra técnica desenvolvida é de aleitamento artificial dos filhotes, como forma de aumentar a fertilidade das matrizes e, assim, aumentar a produtividade do rebanho (SANTOS; CUNHA; BUENO, 2004).

Os avanços continuam, especialmente com o apoio de laboratórios de zootecnia criados para o estudo de ovinos e caprinos, pela iniciativa privada.

Uma das grandes dificuldades encontradas pelos pecuaristas, além dos impostos incidentes sobre os produtos e as operações, é decorrente das condições em que são criados os animais. No entanto, ainda não há uma legislação específica que regulamente o manejo sanitário de ovinos. Houve uma tentativa de se deixar disponível um projeto de lei na *Internet* para que fosse analisado e a população interessada opinasse, mas já foi retirado devido à sua má formulação, o que o tornava inadequado (TAVARES, 2005).

Assim, no nível federal, a fiscalização cabe ao Serviço de Inspeção Federal (SIF) do Ministério da Agricultura. No caso do Estado de Minas Gerais fica a cargo do Serviço de Inspeção Estadual (SIE) do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) e ao Serviço de Inspeção Municipal (SIM) da prefeitura de cada localidade. O Programa Nacional de Sanidade Caprino e Ovino (PNSCO) foi elaborado pelo Ministério da Agricultura, através da Instrução Normativa nº 87, de 10 de dezembro de 2004 (AZEVEDO, 2005).

De modo geral, os órgãos estaduais são os mais atuantes. Em Minas Gerais, o IMA é responsável pelo cadastramento dos criadores e até o momento, apresenta 560 deles registrados. O cadastramento é obrigatório para que se transite com os animais e possibilita também, a organização de um cadastro sobre os criadores, seus rebanhos e sua localização. O cadastro é gratuito para os criadores (AZEVEDO, 2005).

Para o trânsito de animais vivos é obrigatória a Guia de Trânsito (GTA), expedida pelo IMA e que prevê custo de acordo com a quantidade de cabeças transportadas. Para a obtenção da GTA, o animal não pode apresentar qualquer sinal de doença, principalmente das infecto-contagiosas, devendo ser apresentado um atestado assinado pelo veterinário que presta assistência ao rebanho ou submetê-lo a uma avaliação feita por técnicos do próprio IMA. Caso seja constatado o transporte de animais sem a GTA ou com sinais de doenças, o proprietário poderá ser multado em 100 UFEMG e os animais, dependendo do estado de saúde apresentado, poderão ser sacrificados. A GTA tem validade de apenas três dias e cobre um trânsito apenas (AZEVEDO, 2005). Já com relação ao transporte de carne, os certificados dependem da região em que o produto será comercializado, podendo ser expedidos pelo Ministério da Agricultura, o SIF para frigoríficos e o SIE para os estabelecimentos comerciais do município. Em Minas Gerais, apenas dois frigoríficos têm o SIF e um tem o SIE.

O Brasil está começando a reconhecer a importância dos ovinos como atividade pecuária, embora esta não seja tão recente, como afirma Santos (2004). No entanto, não existem tradições ou hábitos que denotem o uso ou o consumo da carne ou leite de ovinos na dieta da população. Mesmo a utilização de seus subprodutos é pouco divulgada. Só recentemente as indústrias de couro e sapatos que utilizam tal material começaram a ser divulgadas. Entretanto, o uso dos animais em rituais religiosos de origem africana confere uma conotação comprometedora, mas altamente rentável, à atividade (O BERRO, 2002).

Diversos órgãos estão voltando sua atenção para a melhoria das condições de criação de ovinos, como, por exemplo, o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). Estão sendo formadas também associações e cooperativas, que visam à melhoria dos rebanhos, do aproveitamento dos subprodutos e a popularização do consumo da carne e leite dos ovinos.

2.2 O mercado de carne de ovinos

O consumo de carnes de ovinos no Brasil é muito baixo quando comparado a países como a Austrália e a Nova Zelândia que chegam a atingir um consumo próximo a 38 kg/pessoa/ano (SANTOS, 2003).

Santos (2003, p. 26) argumenta que, para se elevar o consumo, deve-se popularizar o uso da carne ovina mediante a divulgação de receitas e formas de utilização no dia-a-dia das pessoas, como, também, *“fazer promoções de preço e estímulo popular em supermercados”*.

Amorim et al. (2006) afirmam que em 2005 o consumo nacional de carne ovina foi elevado para 2,4 kg/pessoa/ano. Diante desse aumento no consumo, a cidade de Londrina, no Estado do Paraná, já está se organizando para montar uma cooperativa com o intuito de investir no melhoramento genético e na padronização da alimentação e do peso dos animais.

Segundo o Sebrae (2005), no período de janeiro a outubro de 2000, o Brasil importou 5.395 toneladas de ovinos vivos para abate, além de 5.909 toneladas de carcaças e cortes diversos, correspondendo a um valor total de US\$11,19 milhões. Nesse período, as importações cresceram substancialmente, confirmando o aumento no consumo dessas carnes (SEBRAE, 2005).

A demanda apresentada pelo mercado brasileiro é suprida, em sua maior parte pela importação do Uruguai, tendo sido registrado no período de maio a setembro de 2001, a entrada de *“2.766 toneladas de carne ovina, movimentando um total de 4,1 milhões de*

dólares” (O BERRO, 2002, p. 119). Uma opinião é comum, nas publicações especializadas, entre os criadores e o Ministério da Agricultura, de que o consumo que “*praticamente dobrou de seis anos para cá*”, deverá continuar crescendo (O BERRO, 2003, p. 108). Entre os anos de 2001 e 2006 somente as importações de carnes desossadas atingiram, aproximadamente, 24 mil toneladas. A quantidade de carne importada no período de 2001 a 2006 atingiu 24.059,3 toneladas, o que confirma a crescente demanda pelo produto (BRASIL, 2007).

A indústria de carne de ovinos tem como alvo um mercado em plena expansão, considerado, em âmbito nacional, como “*mercado de carnes exóticas*”, pois, de acordo com o Sebrae (2005), não havendo oferta em quantidade suficiente, os preços se tornam inadequados e mais elevados, motivo pelo qual não se criou o hábito de consumo, como aconteceu com outras carnes, como, por exemplo, a carne de frango e a carne suína, as quais estão presentes no cardápio diário da população brasileira.

Para Carvalho (2006), as perspectivas, tanto para o mercado interno como externo, apesar da escassez de estudos e informações, é bastante promissor, devido, principalmente, ao crescente interesse de supermercados, casas de carnes, restaurantes e hotéis em comercializar estas carnes, bem como a busca dos consumidores por produtos saudáveis.

No mercado mineiro, o que se constata é que a carne de ovinos é encontrada em alguns supermercados que têm tradição em carnes exóticas, a altos preços, pois a maior parte do produto é importada, sendo que alguns restaurantes também oferecem a iguaria, a preços igualmente elevados.

De acordo com informações do IMA (2006), a carne de ovinos é vendida em Belo Horizonte em cortes para churrasco com preços que variam de R\$ 11,00 a R\$ 30,00 o quilo. O órgão afirma, ainda, que convém ao produtor mineiro investir na criação desses animais, considerando, principalmente, que a topografia do Estado é adequada, que existe uma boa oferta de alimento para os rebanhos e que a proximidade dos grandes centros consumidores, como São Paulo e Distrito Federal, tornam-se atrativos adicionais.

2.3 A criação de ovinos

De acordo com Hindo (2006), a criação de ovinos, que se encontra em expansão no Brasil, demanda alguns conhecimentos dos criadores para garantir a qualidade dos animais e seus produtos.

Os cuidados têm início na escolha do sistema de produção, que pode ser: em pastagem ou em confinamento (CAETANO; FONSECA, 2001).

A pastagem, segundo Caetano e Fonseca (2001), é o principal fator a ser considerado na decisão do produtor e está diretamente ligado à extensão e qualidade das terras disponíveis. O sistema extensivo ou em pastagem apresenta maior risco no período de estiagem, quando a qualidade da alimentação disponível é afetada e precisará ser complementada.

Deve-se considerar também que os ovinos têm preferência por áreas com pastagens mais baixas, evitando as que superam sua altura. Caetano e Fonseca (2001) recomendam que o pasto seja dividido em piquetes, de forma a que uma área possa descansar enquanto os animais se alimentam em outra faixa do terreno.

As instalações para o manejo dos ovinos são simples, porém devem atender a alguns requisitos básicos. Os seus principais componentes são: pastagens, cercas, centro de manejo, cabanha, cochos, bebedouros e equipamentos.

Poli e Carvalho (2003) recomendam que a pastagem muito baixa seja evitada, devido à maior concentração de ovos e larvas dos helmintos, que podem dificultar o controle das verminoses. Segundo os referidos autores, as ovelhas lactantes são as que apresentam maior necessidade de alimento em quantidade e qualidade. Elas precisam recuperar suas deficiências

nutricionais, ocorridas no período de gestação, e ainda produzir leite suficiente para amamentar o cordeiro.

No caso do confinamento, Barros, Alves e Vasconcelos (2003, p. 6) observam que os concentrados utilizados na alimentação têm custo elevado e sugerem o uso de outros ingredientes que possuam a qualidade nutritiva adequada, como: “*leguminosas e gramíneas, [...], fenos de cunha e de leucena, [...], resíduos agro-industriais, [como.]: sobras e bagaços de frutas [...]; bagaço de cana-de-açúcar “in natura”; pedúnculo do caju; resíduos da panificação*”.

Outro aspecto a ser ressaltado para os animais em confinamento diz respeito às condições de higiene do curral, que deverá ter o esterco removido com frequência, visando garantir a boa saúde dos animais (BARROS; ALVES; VASCONCELOS, 2003).

Além disso, o criador deve buscar a assistência de um veterinário especializado, pois os ovinos exigem cuidados diferentes de outras espécies de animais.

De acordo com Moraes (2003), a taxa de mortalidade entre os ovinos é elevada. A mortalidade embrionária pode ser decorrente de vários fatores, como: nutricionais, agentes terapêuticos, temperaturas elevadas, estresse, taxa de ovulação, raça, localização geográfica, dentre outros. A mortalidade perinatal “*é definida como as perdas de cordeiros que ocorrem imediatamente antes, durante e dentro de sete dias após a parição*” (RIBEIRO, 2003, p. 138). A mortalidade perinatal pode variar entre 25% e 30%, podendo ocorrer em função de alterações no ambiente, especialmente a queda de temperatura, que provoca a hipotermia (RIBEIRO, 2003).

Algumas doenças mais comuns que podem acometer os animais durante o primeiro ano de vida são as diarreias, o rotavírus e o tétano, dentre outras. Portanto, a assistência veterinária periódica, a higienização dos ambientes e o controle vacinal são instrumentos de grande importância para que o criador mantenha seu rebanho saudável (RIBEIRO, 2003).

Caetano e Fonseca (2001), por sua vez, consideram que as principais causas de mortalidade de cordeiros são atribuíveis a: fome – se a ovelha rejeitar o cordeiro ele será privado do alimento no período inicial de vida; predadores – quando as ovelhas dão cria no pasto ou em locais desprotegidos, podem ser atacadas por outros animais; mão-de-obra – a falta de preparo dos trabalhadores interfere na qualidade da assistência oferecida às ovelhas no momento da parição.

2.4 Qualidade da carne ovina para comercialização

A qualidade da carne ovina está diretamente relacionada à qualidade dos animais utilizados para abate, seu potencial de crescimento, dieta alimentar e manejo (SIQUEIRA, 2006).

Para Krolow (2005), as principais características que influenciam a qualidade e a conseqüente aceitação pelos consumidores da carne ovina, estão relacionadas aos aspectos nutritivos, sensoriais e tecnológicos.

Em relação aos aspectos nutritivos, a referida autora destaca os baixos teores de gordura, que podem variar de 2% a 4%, e os elevados teores de proteínas, variando entre 19% e 22%.

A presença de ácidos graxos contribui para que a carne contenha substâncias necessárias ao organismo humano, seja mais suculenta e saborosa, agradando ao paladar e ao desejo dos consumidores por alimentos mais saudáveis.

O sabor e o aroma da carne ovina são alterados pela idade do animal e pelas condições de criação e manejo. A carne de cordeiro tem sabor mais suave e cor mais clara, quando comparada com a da ovelha adulta, sendo preferida pelos consumidores (KROLOW, 2005).

Os aspectos tecnológicos considerados mais importantes por Krolow (2005) estão relacionados aos teores de proteínas, gordura e água, os quais influenciam diretamente na suculência, textura e brilho do produto final. Essas características desejáveis podem ser obtidas com a utilização de insumos de boa qualidade na dieta alimentar dos animais.

O crescimento da produção de ovinos em escala comercial tem encontrado barreiras nas práticas informais e na falta de padronização do produto oferecido ao mercado. Assim, os consumidores que buscam um produto saudável, com baixo teor de colesterol e fácil digestibilidade, como é a carne ovina, procuram optar por estabelecimentos que apresentem informações sobre a origem dos animais e seu processamento em frigoríficos “*licenciados pelos Serviços de Inspeção Federal (SIF) ou Inspeção Estadual (SIE)*” (FARIA; SILVA, 2006).

Os potenciais clientes desse mercado em expansão são: supermercados, restaurantes e churrascarias. Contudo, a cadeia da ovinocultura precisa se organizar melhor, conhecer o potencial de consumo do produto e as preferências de cada tipo de consumidor, para ofertar um produto adequado e com regularidade (FARIA; SILVA, 2006).

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa classifica-se como qualitativa, pois se concentrou no levantamento de informações sobre a demanda do mercado para a criação e comercialização de carne de ovinos. Ressalta-se que esse é um mercado emergente e ainda não se tem um banco de dados com informações suficientemente organizadas, devido à própria cadeia produtiva deste agronegócio ainda ter baixo nível de organização (GONTIJO NETO, 2005).

Quanto aos fins, a pesquisa classifica-se como exploratória, sendo adequada ao tema selecionado, devido à ausência de estudos acerca da criação e comercialização de ovinos na Região Metropolitana de Belo Horizonte-MG.

Quanto aos meios, a pesquisa classifica-se como sendo bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica é considerada como imprescindível em trabalhos acadêmicos, constituindo o meio pelo qual se apura o “*estado da arte sobre determinado tema*” (CERVO; BERVIAN, 2002, p. 66). Assim, buscou-se na literatura informações específicas sobre as características, necessidades e tecnologias disponíveis para a criação de ovinos. A pesquisa de campo decorreu da necessidade de se levantar informações e dados junto a criadores e empresas sobre a criação e o mercado para a carne e demais subprodutos dos ovinos, com o intuito de se avaliar o nível de disseminação e consumo desses produtos (GIL, 2002).

No caso da presente pesquisa, entrevistou-se duas proprietárias de criadouros de ovinos (uma em Várzea da Palma-MG e outra de Nepomuceno-MG), selecionadas pelo critério de acessibilidade que se manifestaram favoráveis a conceder as informações. Também manteve-se contato com um representante da Cooperativa dos Produtores de Cordeiro (PROCORDEIRO) situada em Belo Horizonte. Realizou-se também entrevistas com representantes dos supermercados Verde Mar e Carrefour e, também dos seguintes restaurantes: Churrascaria Porcão, Raja Grill, *Baby Beef*, Fogo de Chão e *La Victoria*.

A técnica utilizada para a coleta dos dados junto aos representantes dos supermercados e restaurantes foi a entrevista pessoal aplicando-se um questionário semi-estruturado. Já, para os criadores de ovinos e o representante da Cooperativa Procordeiro utilizou-se um roteiro de entrevista.

Para a análise das entrevistas foi utilizado o método da análise de conteúdo. A análise de conteúdo, de acordo com Bardin (1977), permite o confronto de informações provenientes de sujeitos distintos, com o intuito de se evidenciar as características comuns às informações obtidas e, a partir, daí se possa inferir sobre uma outra realidade subjacente à mensagem.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Potencialidades e dificuldades da produção e comercialização de carne de ovinos segundo a Cooperativa Procordeiro

A Cooperativa Procordeiro foi constituída em 2003, porém sua entrada no mercado somente ocorreu em 2005. O prazo decorrido entre sua constituição e inserção no mercado foi utilizado para a adequação aos padrões legais exigidos para a produção e comercialização da carne ovina.

Segundo o Diretor Comercial e de Marketing da Procordeiro, a Cooperativa conta, atualmente, com 48 cooperados, distribuídos por todo o Estado de Minas Gerais. O porte desses cooperados, se considerados em termos de Brasil pode ser atribuído como pequenos, pois o tamanho dos rebanhos varia de 10 até 800 animais.

O principal objetivo da Cooperativa Procordeiro é apoiar e incrementar a atividade desenvolvida por pequenos criadores e oferecer ao mercado um produto de alta qualidade, fato que tem sido atingido mediante critérios para a seleção de animais para abate. Os animais comercializados pela Procordeiro são abatidos em frigoríficos autorizados pelo SIF para exercer a atividade e periodicamente serem fiscalizados. Um dos critérios de seleção inclui animais com idade de até dez meses incompletos e peso mínimo de 30 quilos. Essas condições têm contribuído para um aproveitamento médio de 40% da carcaça.

A Procordeiro incentiva os criadores da raça Santa Inês a praticarem o cruzamento industrial com outras raças (Dorper, *Ile de France* e Texel) para a melhoria da carcaça. Essa técnica torna possível o abate precoce dos animais, entre três e seis meses, e a obtenção de carcaças de melhor aceitação no mercado com aproveitamento de até 46%.

A Procordeiro recebe do frigorífico as carcaças inteiras e providencia em suas instalações os cortes especiais e a embalagem a vácuo. Apesar de contar com instalações reduzidas, em um bairro central de Belo Horizonte, a Cooperativa está adequada e suficientemente equipada, respeitando rigorosamente as condições sanitárias e de higiene para lidar com o produto.

Os principais clientes da Procordeiro são os restaurantes sofisticados e o consumidor final, com pouca representatividade para os supermercados. Segundo o diretor, a falta de regularidade na oferta da carne ovina fez com que os restaurantes exigissem um compromisso de continuidade no fornecimento dos cortes especiais, o que a Procordeiro vem atendendo rigorosamente.

Ao comentar sobre a demanda, o diretor informou que a Procordeiro está abatendo cerca de 200 animais, a cada 15 dias e, de acordo com uma pesquisa realizada na época, a demanda era de se abater cerca de 800 animais/mês. O entrevistado acredita que essa demanda tenha crescido bastante, devido à maior exposição do produto em restaurantes e supermercados, contudo, se absteve de apresentar uma estimativa.

Ao ser questionado sobre a lucratividade para o produtor, o entrevistado informou que a média de custo de um animal para o criador pode chegar até R\$ 85,00 e o preço de venda a R\$ 100,00. Por outro lado, a Procordeiro paga R\$ 7,50/kg de carcaça ao produtor e vende o produto a um preço médio de R\$ 15,00. O sistema cooperativista prevê que, deduzidas as despesas de funcionamento das cooperativas, o valor remanescente seja revertido aos cooperados, ao final do exercício e após decisão da Assembléia Geral.

Ao ser solicitado a opinar sobre a provável evolução do mercado de carne ovina nos próximos anos, o diretor afirmou que se os fornecedores conscientizarem-se acerca da

importância da qualidade do produto e da necessidade de atendimento às normas de fiscalização, o mercado deverá crescer muito em Belo Horizonte e no Estado, em geral.

Em relação aos preços, o diretor da Procordeiro acredita que o produto é caro devido às exigências e dificuldades para a obtenção de carne de alta qualidade. Afirmar ainda, que um dos grandes impactos no custo é a elevada taxa de mortalidade dos animais, pois enquanto a média da taxa mundial é de 27%, no Brasil ela varia entre 5% e 40%, nos primeiros dias de vida do cordeiro.

A sugestão do diretor da Procordeiro para aqueles que desejam ingressar na atividade é de contatar, primeiramente, um veterinário especializado e se orientar. Em segundo lugar, sugere que a propriedade seja avaliada e feita as adequações necessárias para, só então, formar um rebanho, inicialmente, com no máximo 50 animais. Rebanhos pequenos não são lucrativos, muitas vezes não pagam sequer os custos envolvidos, porém servem para que o novo criador possa conhecer a atividade, obter experiência e decidir se deseja continuar. Para o entrevistado, que também é criador, a ovinocultura começa a ser lucrativa com um rebanho de 200 matrizes.

Ao ser questionado sobre a facilidade para vender o produto e encontrar compradores, o entrevistado afirma que, devido à qualidade e à escassez de oferta, no momento em que a Cooperativa Procordeiro entrou no mercado, não houve dificuldades em encontrar compradores para seus produtos. Algumas partes menos nobres é que são mais difíceis de serem vendidas, como, por exemplo, os miúdos.

Ao encerrar a entrevista, o diretor afirmou que acredita que o consumo de carne ovina deverá crescer, mas o seu preço deverá se manter mais elevado do que outros tipos de carne (boi, porco e frango). Para ele, um dos aspectos mais favoráveis para a criação de ovinos em Minas Gerais é o clima que favorece a saúde dos animais e a redução dos custos das instalações. Além disso, a mesma área em que se cria uma vaca pode comportar até dez ovelhas, viabilizando, assim, as pequenas propriedades. A principal dificuldade é decorrente da falta de qualificação da mão-de-obra disponível, inclusive, há escassez de veterinários especializados em ovinocultura.

4.2 Potencialidades e dificuldades da produção e comercialização de carne de ovinos segundo os criadores

A criadora de Várzea da Palma-MG é uma empresária tradicional do setor de pecuária de corte, atividade essa que é uma herança familiar, porém, a ovinocultura foi iniciada pela empresária no ano 2000.

Segundo a entrevistada, o custo mensal aproximado para a manutenção do rebanho de ovinos varia entre R\$ 5.000,00 a R\$7.000,00. O objetivo da criação de ovinos é somente a produção de carne, não sendo aproveitados ou comercializados outros produtos derivados. O frigorífico compra os animais vivos e cuida do abate e comercialização. Segundo a empresária, a comercialização de peles é dificultada pela falta de um curtume especializado na região, com tecnologia apropriada para o tratamento da pele de cordeiro.

Os animais são vendidos com idades entre 140 a 150 dias, com peso aproximado entre 33 a 40 quilos, ao preço de R\$ 3,00/kg. Segundo a empresária, a demanda é grande e se dispusesse de mais animais não teria dificuldades em vendê-los.

As instalações da fazenda foram projetadas para abrigar um rebanho de cerca de 8.000 cabeças. Na época da entrevista, a criação contava com cerca de 2.000 animais e a empresária retém 100% das fêmeas para aumentar o plantel até atingir a capacidade projetada.

A empresária afirmou que, se o criador tiver a intenção de viver somente com esses rendimentos, deverá ter, pelo menos, 1.500 cabeças. A explicação é de que para se obter uma renda mensal de, aproximadamente, R\$ 700,00 é necessária a produção e comercialização de

sete a dez animais/mês. Porém, só será possível tal resultado se não houver despesa adicional com empregados, ou seja, se o próprio criador, no regime de produção familiar, se incumbir de todas as etapas da atividade.

Já em relação à evolução do mercado de carne ovina, a empresária acredita que deverá crescer muito, mas lentamente. “*Ainda não ocorreu o boom da carne de cordeiro, o que talvez só aconteça dentro de uns cinco anos, talvez menos*”, afirma a empresária. Quando ocorrer esse *boom*, quem tiver uma produção de 200 ou 300 animais e for um fornecedor fiel para os frigoríficos vai ganhar dinheiro.

A criação de ovinos é indicada para fazenda com até 400 hectares. Os principais aspectos favoráveis são referentes à alimentação, pois esses animais comem pouco e aceitam vários tipos de alimentos, além de serem uma fonte de receita para a família, pois em 150 dias é possível vender o animal, enquanto que um bovino levaria dois anos. Outro aspecto ressaltado é em relação ao espaço: um hectare abriga apenas um bovino, porém, no mesmo espaço é possível se criar até dez ovinos. Quanto ao leite, a empresária informa que a produção é muito pequena nos ovinos e depende diretamente da alimentação dos animais.

A comercialização é outro fator destacado pela empresária. Os frigoríficos, além serem em número reduzido, estão instalados longe das fazendas, o que encarece o transporte de quantidades reduzidas de animais.

A principal dificuldade citada pela entrevistada para a criação de ovinos é a falta de informações. Faltam também veterinários especializados, que possam orientar adequadamente os criadores.

A principal facilidade citada para a criação de ovinos é o manejo. Porém, a entrevistada destaca que na conjuntura brasileira, com falta de incentivos, de apoio aos produtores e ausência de uma política consistente; essa vantagem é anulada.

Ao comentar sobre a possibilidade de popularização do consumo da carne ovina, a empresária acredita que isso deverá ocorrer, mas de maneira gradual, pois implica em mudar os hábitos tradicionais de alimentação. A barreira representada pela cultura é a principal limitação para o aumento do consumo de carne ovina, porém, o mercado é promissor e há potencial para crescimento.

A segunda entrevistada cria ovinos há sete anos, em uma fazenda localizada às margens da Rodovia Fernão Dias (BR-381), nas proximidades do município de Nepomuceno-MG. Além de ovinos, a entrevistada cria abelhas, tilápia tailandesa, suínos e galinhas. Atualmente, o rebanho de ovinos é composto por cerca de 100 cabeças. O objetivo da criação é financeiro e os animais são vendidos vivos ou mortos e “*limpos*”, ou seja, prontos para a preparação e consumo. O principal produto comercializado é a carne, mas ocorrem vendas das peles, das “*tripas*” (para fazer lingüiça) e do esterco é usado como adubo.

A idade de venda dos animais é de oito meses e o preço praticado é de R\$ 10,00/kg de carne do animal abatido. A criadora não tem encontrado dificuldade com as vendas, pois, em geral, são decorrentes de encomendas de pessoas conhecidas.

Atualmente, a entrevistada tem a intenção de aumentar o rebanho, atingindo 112 matrizes. Em relação aos custos, no momento, a entrevistada não tem essas informações. Desta forma, a criadora não tem informações precisas quanto ao rendimento da atividade.

As principais dificuldades, segundo a entrevistada, para a criação de ovinos são os ladrões, predadores e vermes. Como exemplo, a criadora informa que sua fazenda foi invadida por cachorros e, em um só dia, 13 animais foram mortos.

A entrevistada considera que a carne de ovinos é muito saborosa, mais do que a de bovinos e, deverá ter seu consumo aumentado se for adequadamente divulgada. Por outro lado, as principais limitações para o aumento do consumo estão relacionadas ao preconceito, devido aos hábitos alimentares da população e à concorrência de outros tipos de carnes, que têm preço mais baixo.

Com base nas entrevistas com as duas criadoras de ovinos, foi possível constatar que, devido à presença de intermediários, o produto destinado a processamento industrial torna-se mais barato. Porém, deve-se levar em conta que, neste caso, que os custos de transporte, abate e processamento da carne são transferidos a esses agentes da cadeia agroindustrial.

Já em relação aos pequenos criadores, o preço de venda mais elevado é decorrente da venda direta, com oferta do animal já abatido, cuja carne se encontra em condições de ser preparada e consumida imediatamente. Outro aspecto a ser destacado é de que este é um produto sem origem, portanto, sem os custos inerentes da certificação, o que pode deixar dúvidas quanto à sanidade do animal e a qualidade da carne para consumo. A falta ou precariedade do controle dos custos da criação, como informado pelas criadoras, pode deixar dúvidas quanto à sua lucratividade também, não se sabendo se o preço praticado é suficiente para cobrir as despesas com a criação e o abate do animal, além disso se as vendas ocorrerem em menor volume.

4.3 Potencialidades e dificuldades da produção e comercialização de carne de ovinos segundo os representantes de supermercados

Além das carnes tradicionalmente comercializadas em supermercados (boi, porco, frango e peixe), o Supermercado Verde Mar oferece aos seus clientes as carnes de ovinos, de rã e algumas caças. Por outro lado, o Carrefour apresenta menor diversidade, ofertando apenas as carnes de ovinos e coelhos.

Os dois supermercados, segundo seus representantes, não autorizam a divulgação dos volumes de compra e venda dos seus produtos, nem mesmo sua representação percentual.

O Supermercado Verde Mar tem encontrado dificuldade em comprar a carne ovina no mercado doméstico, porém, ressalta que a qualidade do produto importado adquirido é boa, mas o preço é elevado.

O Carrefour adquire a carne ovina no sul do país, não referindo qualquer dificuldade na operação. A carne é considerada de boa qualidade e seu preço é justo.

O Verde Mar oferece maior variedade de cortes aos clientes: paleta, pernil, costelinha, picanha, *carré*, ossobuco e *filet*. O Carrefour concentra sua oferta em dois cortes: pernil e paleta.

Os dois entrevistados afirmaram que percebem um aumento na procura da carne ovina, atribuindo esse comportamento a um maior interesse dos consumidores pela preservação da saúde e também à curiosidade proveniente dos comentários de outras pessoas que experimentaram o produto e gostaram.

Outro aspecto ressaltado foi que, na percepção do representante do supermercado Verde Mar, em breve outros supermercados também deverão incluir a carne ovina entre os produtos que comercializam, estimulados pela concorrência. Para o representante do Carrefour, isso deverá demorar um pouco a acontecer, devido, principalmente, ao fato da procura pelo produto ainda ser pequena.

Os dois supermercados optaram por vender carne ovina em atendimento às exigências do mercado de ampliação do *mix* de produtos oferecidos, considerando os preços praticados para compra e venda bastante atraentes.

A intenção dos supermercados, segundo seus representantes, é de aumentarem o volume de compras e também variarem os cortes, de acordo com a evolução da demanda e do mercado.

Segundo os representantes dos supermercados pesquisados, a carne ovina tem possibilidade de se tornar mais popular entre os consumidores, porém isso depende da maior divulgação do produto e dos seus benefícios nutricionais. As principais potencialidades para o aumento do consumo da carne ovina estão ligadas à melhor exposição do produto nas lojas

e a redução do preço de venda. Em contrapartida, as limitações para o aumento do consumo referem-se às dificuldades enfrentadas no transporte das carnes importadas e do pequeno número de criadores domésticos.

4.4 Potencialidades e dificuldades da produção e comercialização de carne de ovinos segundo representantes dos restaurantes

Em relação aos tipos de carnes servidos nos cinco restaurantes pesquisados, somente o do restaurante *La Victoria* informou que tem em seu cardápio frutos do mar, além das carnes de boi, suínos, frango, peixe e ovinos, que também são servidas nos outros quatro restaurantes pesquisados.

Ao serem questionados sobre a quantidade de carne comprada e vendida por cada restaurante, somente o representante do *Raja Grill* forneceu a informação solicitada, destacando que esse volume é de 250 kg de carne ovina por semana, o que representa, aproximadamente, 10% do volume de carnes comercializadas pelo restaurante. Os demais representantes de restaurantes alegaram não terem autorização para divulgar tais dados.

Ao serem interpelados sobre a facilidade para a compra da carne ovina, apenas o restaurante *La Victoria* não forneceu resposta à questão, enquanto os demais informaram que compram somente produtos importados.

Todos representantes dos restaurantes pesquisados afirmaram que a carne ovina que adquirem é de boa qualidade. Em relação ao preço as opiniões se dividiram: *Baby Beef* e Fogo de Chão consideraram o preço elevado; *Porcão* e *Raja Grill* consideraram o preço justo. Já o representante do *La Victoria* explicou a situação da seguinte forma: o preço é justo já que há pouca oferta do produto, porém, ao ser repassado para o cliente torna-se bastante elevado.

Todos os pesquisados afirmaram que os principais cortes adquiridos são os considerados nobres: *filet*, carré, costela e lombo.

Ao serem interpelados sobre a demanda dos clientes, o representante do *Porcão* afirmou que é regular, enquanto os demais afirmaram que em seus estabelecimentos é crescente. A preferência dos clientes quanto ao tipo de prato varia entre churrasco e assado.

As opiniões a respeito das mudanças nas preferências dos clientes e os seus principais motivos, de acordo com a percepção dos entrevistados, são de que se tornou moda consumir carnes exóticas, que as pessoas têm curiosidade, o paladar agrada, além de que as pessoas buscam alimentos mais saudáveis e com menos colesterol.

Ao serem questionados sobre a influência do preço no consumo da carne ovina, os representantes dos restaurantes *Baby Beef*, *Porcão* e Fogo de Chão afirmaram que o fato da carne estar incluída nos rodízios elimina tal efeito. Para o representante do *La Victoria* a carne ovina ainda é um prato caro em relação a outros, em decorrência do produto ser importado. O representante do *Raja Grill* também confirmou que o preço influencia o consumo.

Todos os pesquisados consideraram positiva a mudança de hábito dos consumidores, ressaltando que são poucos os estabelecimentos que oferecem a carne ovina e que a divulgação de suas características nutricionais tem sido favorável.

Ao serem solicitados a opinar sobre a possibilidade do consumo de carne ovina se tornar habitual como ocorre com outras carnes, todos os pesquisados responderam afirmativamente. Porém, destacaram que há necessidade de se aumentar a oferta doméstica do produto, favorecendo a redução do preço, aumentar a divulgação do produto e ter fornecedores que atendam regularmente os estabelecimentos. Para o representante do *La Victoria*, essa popularização no consumo deverá ser gradual, à semelhança do que ocorreu com a carne de suínos.

Segundo os representantes dos restaurantes pesquisados, as principais potencialidades para que o consumo de carne ovina aumente estão relacionadas às características saudáveis do produto e à variedade de preparo e dos pratos resultantes.

As principais limitações estão relacionadas ao preço, aos hábitos alimentares da população brasileira e à reduzida oferta do produto, que também é irregular.

4.5 Propostas de ações para elevar o potencial de criação e comercialização da carne de ovinos

Na opinião dos entrevistados há certo otimismo sobre a evolução do mercado de carne ovina. Porém, houve concordância também nos aspectos referentes ao preço da carne, que deverá se manter mais elevado do que de outros tipos de carne, além das dificuldades referentes à oferta regular doméstica de um produto de qualidade.

Para os criadores de grande porte ficou evidente a necessidade de manter uma atividade paralela como fonte de renda segura enquanto o mercado da carne ovina se mantém incipiente e pouco estável. Sob o aspecto empresarial, o tamanho do rebanho é condição para o sucesso do negócio, que deve ser trabalhado com foco estratégico no futuro desse mercado.

Para pequenos criadores, as dificuldades de escala tendem a se tornar mais evidentes. As deficiências na administração e no controle de custos, além da falta de tecnologia adequada deverão se acentuar, restringindo sua atuação ao círculo mais próximo para comercialização. Alguns fatores que agravam o quadro são referentes à questão do abate, que ocorre de maneira inadequada, colocando em risco a qualidade do produto e a saúde do consumidor.

Já as cooperativas apostam na participação dos pequenos rebanhos para formar o volume necessário à sua inserção no mercado. Uma característica favorável, demonstrada pela Cooperativa Procordeiro, foi o rigoroso controle de qualidade, que poderá no futuro se manter como diferencial para seu produto e clientes. Os preços praticados pela cooperativa são favoráveis aos seus cooperados, porém, se houver uma universalização do consumo e também a inserção de novos criadores com um padrão de qualidade pré-determinado pelas exigências de mercado para o produto, este poderá não se configurar mais como fator de competitividade.

Os supermercados, atentos às novas exigências do consumidor, procuram oferecer cortes já familiares aos consumidores em outros tipos de carnes. Algumas dificuldades em relação à oferta doméstica são supridas com a importação, porém os custos elevados nessas operações dificultam a manutenção de preços finais competitivos.

Os restaurantes procuram atuar dentro da sua estrutura já existente, oferecendo principalmente pratos que já se encontram no seu cardápio para outros tipos de carne, como, por exemplo, o rodízio. Nesses estabelecimentos há predominância do produto importado.

Diante do exposto, pode-se inferir que o pouco conhecimento sobre a criação de ovinos e as características que favorecem a qualidade da carne interferem no julgamento dos criadores e consumidores do produto. Para os criadores, a falta de informações e a assistência técnica deficiente dificultam o dimensionamento das instalações, sua adequação e elevam os custos, figurando estes aspectos como fatores de encarecimento do produto final. Ao mesmo tempo, os poucos frigoríficos existentes e sua localização reduzem o poder de barganha desses criadores, fazendo com que eles se submetam a negociações desfavoráveis.

Para os pequenos criadores que, em geral, não dispõem de recursos suficientes para implementar as instalações e para a obtenção de assistência técnica adequada, a situação se torna mais grave, pois sua dificuldade de inserção em um mercado em expansão deverá se evidenciar, inclusive pelas exigências sanitárias dos animais para abate.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa evidenciou o pouco conhecimento disponível sobre a criação e o mercado de ovinos, como também o otimismo dos criadores acerca da evolução do mercado de carnes, tomando como principal aspecto as exigências do consumidor por produtos mais saudáveis e a recente procura por carne de cordeiro.

Não foi possível identificar a real viabilidade para a produção e/ou comercialização de ovinos na Região Metropolitana de Belo Horizonte-MG. Porém, observou-se que a demanda, informada por supermercados e restaurantes, é otimista e indica crescimento no consumo. Os criadores também identificam o potencial de crescimento para o consumo da carne, o que denota a necessidade de aumento na criação de animais.

A alteração no tamanho das propriedades rurais existentes na região metropolitana de Belo Horizonte, com o loteamento de parte de grandes fazendas para a constituição de sítios e chácaras, pode ser o prenúncio de um novo perfil para a pecuária local. Em propriedades de menor tamanho, conseqüentemente, as criações deverão ser repensadas e reorganizadas, de modo a alavancar a receita desses empreendimentos. Isso poderá conduzir a uma nova visão acerca dos animais de pequeno porte, como os ovinos e caprinos, cuja demanda alimentar e por instalações é inferior às exigidas pelos animais de grande porte.

As principais dificuldades para a criação de ovinos estão associadas às condições técnicas necessárias, decorrendo especialmente da falta de conhecimento acumulado. Ressalta-se que a Embrapa tem desenvolvido trabalhos interessantes, sendo que a maioria deles ocorre na região Nordeste do país, local em que já ocorre tradicionalmente o consumo do produto, porém em condições não totalmente adequadas. Naquela região a criação de ovinos está mais relacionada com a necessidade de subsistência, não havendo, sob este enfoque, cuidados com o aprimoramento racial dos animais, o que se reflete no abate tardio e na baixa qualidade das carcaças.

Um dos aspectos que favorece a criação de ovinos é a possibilidade de a criação ocorrer em espaços reduzidos, ou seja, os municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte têm já, em sua zona rural, sítios e fazendas estabelecidas, nas quais seria possível criar esses animais. Além disso, os novos loteamentos com sítios e chácaras têm contribuído para a redução das áreas das fazendas, o que poderá ensejar a diversificação da pecuária local, contribuindo para a fixação da população nas regiões devido à criação de novos empregos nessas atividades.

Contudo, a comercialização pode representar um entrave substancial para a criação de ovinos, uma vez que a legislação sanitária e as exigências dos consumidores tendem a se tornar mais rigorosas. A quantidade reduzida de frigoríficos autorizados para o abate, possivelmente influenciará o preço dos animais vivos e também o custo do transporte, desfavorecendo o criador.

Assim torna-se necessário que as cooperativas e os criadores desenvolvam ações para a melhoria genética dos rebanhos, recorram à assistência veterinária especializada para manutenção da saúde dos animais e garantir a qualidade da carne, padronizem o abate dos animais em idades mais tenras de forma a garantir a melhor relação custo/benefício do produto e estabeleçam contratos com frigoríficos autorizados pelo SIF para garantir a qualidade do produto ao consumidor final.

Os supermercados e restaurantes poderão se beneficiar da redução de custos se optarem por adquirir a carne ovina no mercado doméstico, inserindo em seus cardápios também novos pratos, como o quibe e o hambúrguer que já estão sendo desenvolvidos pela Procordeiro, além de evitar a compra de produto sem identificação de origem, proveniente de abatedouros clandestinos, porém, sua melhor estratégia será a divulgação das características saudáveis da carne ovina em comparação com as demais.

De forma geral, conclui-se que há indícios de que o mercado interno de carne ovina deverá crescer na medida em que os produtores se empenharem em oferecer um produto de boa qualidade e com regularidade, o que deverá reduzir as importações do produto. Observou-se também que há possibilidade de se criar esses animais em pequenas extensões de terra, o que é favorável para a região em estudo, porém, o acompanhamento técnico na montagem das instalações será imprescindível para que haja melhor aproveitamento e adequação.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMORIM, G.; MARTINS, C.; WEBER, L. M.; PASTRO, M. L. *Análise Conjuntural*, v. 28, n. 03-04, p. 25, mar./abr. 2006.
- ARAÚJO, G. G. L.; HOLANDA JÚNIOR, E. V.; OLIVEIRA, M. C. Alternativas atuais e potenciais de alimentação de caprinos e ovinos nos períodos secos no semi-árido brasileiro. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 43, Ribeirão Preto/SP, 24-27 jul. 2005.
- AZEVEDO, P. M. Supervisora de Inspeção do IMA. Depoimento pessoal. Belo Horizonte, mar. 2005.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, N. N.; ALVES, J. U.; VASCONCELOS, V. R.. Produzindo cordeiros de qualidade para o abate. Sobral/CE: Embrapa, dez. 2003. (Circular Técnica 28).
- BONA FILHO, A.; OTTO, C.; SALGADO, A. A.; SÁ, J. L.; SOTOMAIOR, C. Cruzamentos e ovinos no Paraná. *O Berro*, n. 75, p. 48-53, mar. 2005.
- BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. Sistema Brasileiro de Respostas Técnicas - SBRT. Criação de ovinos com a finalidade de carne e couro. 27 mar. 2005. Disponível em: <<http://sbrt.ibict.br>>. Acesso em: 21 out. 2006.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Importações de carne ovina – 2001/mai. 2007. Disponível em: <<http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em: 25 jun. 2007.
- CAETANO, H.; FONSECA, L. E. C. (Coord. e Org.). *Curso de atualização em ovinocultura*. Universidade do Estado de São Paulo (UNESP), Departamento de Apoio, Produção e Saúde Animal, Araçatuba/SP, 2001.
- CAMPOS, K. C.; MARTINS, E. C.; MAYORGA, M. I. O. A caprino-ovinocultura em arranjo produtivo nos municípios de Quixadá e Quixeramobim produção, mercados e emprego. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 43, Ribeirão Preto/SP, 24-27 jul. 2005.
- CARVALHO, R. B. Potencialidades dos mercados para os produtos derivados de caprinos e ovinos. Disponível em: <<http://www.capritec.com.br>>. Acesso em: 20 out. 2006.
- CENTRO INTERNACIONAL DE CAPRINOS E OVINOS – CICO. Por que criar ovinos? Disponível em: <<http://www.cico.org.br>>. Acesso em: 2 dez. 2005.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2002.
- CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO – CNPq. Ovinocultura no Ceará. In: WORKSHOP SOBRE OVINOS E CAPRINOS TROPICAIS, 1, 1999, Fortaleza. Workshop... Fortaleza, 1999.
- CONTINI, E. Dinamismo do agronegócio brasileiro. Disponível em: <<http://www.agronline.com.br>>. Acesso em: 7 jul. 2006.
- CORREIA, R. C.; MOREIRA, J. N.; ARAÚJO, J. L. P.; RAMOS, C. H. S. A importância social e econômica da caprino-ovinocultura no vale do rio Gavião-BA: elementos para

- tomada de decisão. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 43, Ribeirão Preto/SP, 24-27 jul. 2005.
- COUTINHO A. A. A evolução do caprino e ovinocultura no Brasil. 2005. Disponível em: <<http://www.agronline.com.br/agronoticias/noticia.php?id=1249>>. Acesso em: 23 set. 2006.
- COUTO FILHO, C. Plataforma regional de pele de caprinos e ovinos. Fortaleza: Embrapa, 2002.
- DRUMMOND, A. Contando os carneirinhos. Revista Encontro Rural, Belo Horizonte, n. 7, p. 8-12, out. 2004.
- EMATER. Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural. Distrito Federal. Consumo de carne de ovinos estimula investimentos. Agroinforme – Boletim do Núcleo de Agronegócio, Brasília, ano. 2, n. 10, p. 1-2, mar. 2006.
- EMBRAPA - EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. Embrapa caprinos. Disponível em: <<http://www.cnpc.embrapa.br>>. Acesso em: 8 jul. 2006.
- FARIA, L. A.; SILVA, D. J. Segmentos de distribuição e consumo na cadeia da ovinocultura brasileira. 2006. Disponível em: <<http://www.agronline.com.br>>. Acesso em: 20 nov. 2006.
- GALVÃO, F. Rebanho lucrativo: a criação de cabras e ovelhas é uma boa aposta no campo. A baixo custo, acompanha a explosão do agronegócio no Brasil. Isto é dinheiro. 19 mai. 2004. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoedinheiro>>. Acesso em: 2 dez. 2005.
- GAÚNA, L. C. Ovinocultura: alternativa de renda. Disponível em: <<http://www.embrapa.br>>. Acesso em: 6 out. 2006.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GONTIJO NETO, M. M. O mercado de ovinos cresce e produtores se organizam em busca de novas tecnologias. Informativo da Embrapa Gado de Corte, v. 19, n. 1, p. 6-7, jan./fev./mar. 2005.
- GUEDES, L. C. Mercado promissor para a criação de ovinos. A Tribuna, São Carlos, 21 jul. 2006. Disponível em: <<http://riotal.com.br/atribuna>>. Acesso em: 6 out. 2006.
- HINDO, E. Os pequenos ruminantes são o futuro. O Berro, n. 96, p. 70-74, nov. 2006.
- IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária. Mercado pede mais carne de carneiro. 17 jan. 2006. Disponível em: <<http://imanet.ima.mg.gov.br/comeco/janeiro2006/1801carneiro.htm>>. Acesso em: 20 out. 2006.
- KROLOW, A. C. R. Qualidade do alimento x perspectiva de consumo das carnes caprina e ovina. 2005. Disponível em: <<http://www.embrapa.br>>. Acesso em: 5 out. 2006.
- MORAES, J. C. F. Reprodução. In: OLIVEIRA, Néelson Manzon de (Ed. Téc.). Sistemas de criação de ovinos em ambientes ecológicos do sul do Rio Grande do Sul. Bagé, RS: Embrapa/Centro de Pesquisa de Pecuária dos Campos Sulbrasileiros, 2003.
- MORAIS, R. V. O potencial da criação de ovinos. 2004. Disponível em: <<http://www.eafmuz.gov.br>>. Acesso em: 2 dez. 2005.
- MOREIRA, J. N.; CORREIA, R. C.; ARAÚJO, J. R.; SILVA, R. R.; ARAÚJO, G. G. L.; OLIVEIRA, C. A. V. O comércio de caprinos e ovinos em duas cidades de porte médio do sertão nordestino. In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA, 37, 2000, Viçosa. Anais... Viçosa: UFV/SBZ, 2000 (CD-Rom 39).
- NOGUEIRA FILHO, A. Potencialidade da caprino-ovinocultura na região Nordeste do Brasil. Fortaleza: Banco do Nordeste/Etene, 2002.
- O BERRO. Cabritos na macumba, n. 50, ago. 2002.
- O BERRO. Carneiros do Uruguai faturam 4 milhões de dólares no Brasil, n. 53, p. 119, dez. 2002.
- O BERRO. Criar ovinos dá trabalho? Nem tanto..., n. 58, p. 7-13, set. 2003.

- O BERRO. Na merenda escolar, sim senhor! n. 58, p. 76-78, set. 2003.
- OJIMA, A. L. R.; BEZERRA, L. M. C.; OLIVEIRA, A. L. R. Caprinos e ovinos em São Paulo atraem argentinos. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 out. 2006.
- OLIVEIRA, S. Os novos senhores da terra. Encontro Rural, a. 3, n. 27, mai. 2004. Disponível em: <<http://www.revistaencontro.com.br/maio04/especial03/comportamento>>. Acesso em: 15 mai. 2007.
- PÉREZ, J. R. O.; CARVALHO, P. A. Considerações sobre carcaças ovinas. Boletim Técnico, 61, Lavras, Universidade Federal de Lavras (UFLA), 2003. Disponível em: <<http://www.editora.ufla.br>>. Acesso em: 7 jul. 2006.
- RIBEIRO, L. A. O. Controle de doenças de ovinos: problemas relacionados com o período reprodutivo. In: OLIVEIRA, N. M. (Ed. Téc.). Sistemas de criação de ovinos em ambientes ecológicos do sul do Rio Grande do Sul. Bagé, RS: Embrapa/Centro de Pesquisa de Pecuária dos Campos Sulbrasilenses, 2003.
- SANTOS, L. E.; CUNHA, E. A.; BUENO, M. S. Cordeiros para abate super precoce. O Berro, Uberaba, n. 64, p. 26-30, abr. 2004.
- SANTOS, M. B. Carne de ovino é um grande negócio: abaixo “o churrasco”. O Berro, Uberaba, n. 58, p. 26-33, set. 2003.
- SANTOS, M. B. Tem gente que vive de cordeiro. O Berro, Uberaba, n. 64, p. 52-54, abr. 2004.
- SEBRAE. Informações de mercado sobre caprinos e ovinos. Set. 2005. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 20 out. 2006.
- SEBRAE-CE – Serviço de Apoio às Pequenas e Médias Empresas do Ceará. Potencial de consumo de carnes de caprinos e ovinos em Fortaleza. Fortaleza: SEBRAE-CE, 1998.
- SELAIVE-VILLARROEL, A. B. Apostila sobre caprino-ovinocultura. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1995.
- SIMPLÍCIO, A. A. A caprino-ovinocultura na visão do agronegócio. Revista CFMV, a. 7, n. 24, set./dez. 2001.
- SIQUEIRA, E. R. Ovinos de corte. Revista Tecnologia e Treinamento. Disponível em: <<http://www.tecnologiaetreinamento.com.br>>. Acesso em: 12 jul. 2006.
- SIQUEIRA, E. R. Produção de carne de cordeiro. O Ovelheiro – Jornal da Associação Paulista de Criadores de Ovinos, a. 14, n. 81, mar./abr. 2006. Disponível em: <<http://www.aspaco.org.br>>. Acesso em: 12 dez. 2006.
- TAGUCHI, V. Possibilidades de comercialização. Revista Escala Rural Especial, ano II, n. 15, p. 52-57, 2002.
- TAVARES, M. Responsável pelo setor de fauna do IBAMA. Depoimento pessoal. Belo Horizonte, 2 março 2005.
- VASCONCELOS, V. R.; VIEIRA, L. S. A caprino-ovinocultura no Brasil e no mundo. O Berro, Uberaba, n. 58, p. 16-20, set. 2003.
- VIANA, R. O.; BORGES, I. Custo de produção de ovinos em pastagem. Belo Horizonte, UFMG, 2005.
- WANDER, A. E.; MARTINS, E. C. Custos de produção de ovinos de corte no Estado do Ceará. 2004. Disponível em: <<http://www.cnpc.embrapa.br>>. Acesso em: 9 jul. 2006.