



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA

**CADEIA PRODUTIVA DE OVINOS EM SANTA CATARINA:
IMPORTÂNCIA DA AGROINDÚSTRIA NA OFERTA DE
PRODUTOS DIFERENCIADOS**

Nome do autor: Thales Toledo Koller

Orientador: Armando Fornazier

BRASÍLIA – DF
DEZEMBRO/2019



THALES TOLEDO KOLLER

**CADEIA PRODUTIVA DE OVINOS EM SANTA CATARINA:
IMPORTÂNCIA DA AGROINDÚSTRIA NA OFERTA DE
PRODUTOS DIFERENCIADOS**

Trabalho de conclusão de curso de
graduação em Agronomia apresentado
junto à Faculdade de Agronomia e
Medicina Veterinária da Universidade de
Brasília

Orientador: Armando Fornazier

BRASÍLIA – DF
DEZEMBRO/2019

Koller, Thales

Cadeia produtiva de ovinos em Santa Catarina: Importância da agroindústria na oferta de produtos diferenciados/ Thales Toledo Koller; orientação de Armando Fornazier. – Brasília 2019.

43 pg. il.

Trabalho de conclusão de curso de graduação – Universidade de Brasília/Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, 2019.

Nome do Autor: Thales Toledo Koller

Título do Trabalho de Conclusão de Curso: Cadeia produtiva de ovinos em Santa Catarina: Importância da agroindústria na oferta de produtos diferenciados

Ano: 2019

É concedida à Universidade de Brasília permissão para reproduzir cópias desta monografia e para emprestar ou vender tais cópias somente para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva-se a outros direitos de publicação e nenhuma parte desta monografia pode ser reproduzida sem a autorização por escrito do autor.

Assinatura:

Thales Toledo Koller

Thales Toledo Koller

Título: Cadeia produtiva de ovinos em Santa Catarina: Importância da agroindústria na oferta de produtos diferenciados

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Agronomia apresentado junto à Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária da Universidade de Brasília

Aprovado em: / /

Banca Examinadora

Prof. Dr. Armando Fornazier
Orientador

Prof. Dr. Rodrigo Vidal Oliveira
Examinador

Prof^a. Dr^a. Sheila Tavares Nascimento
Examinadora

RESUMO

CADEIA PRODUTIVA DE OVINOS EM SANTA CATARINA: IMPORTÂNCIA DA AGROINDÚSTRIA NA OFERTA DE PRODUTOS DIFERENCIADOS

O trabalho apresenta um panorama geral da cadeia produtiva da ovinocultura mundial e nacional, com enfoque para o estado de Santa Catarina, abordando a importância da oferta de produtos diferenciados pela agroindústria. Trata de gargalos da produção como desorganização por parte dos produtores, informalidades, abates clandestinos e demais dificuldades enfrentadas na atividade. Foi realizado um estudo de caso de um Abatedouro Frigorífico no estado chamado Cordeiros Guatapará, mostrando as etapas da produção, comercialização, legislação, bem como sua oferta de produtos diferenciados no mercado da ovinocultura no estado e no país, buscando entender como essa oferta reflete na melhoria da cadeia produtiva da ovinocultura. Um questionário foi realizado a fim de ser preenchido por criadores e produtores locais buscando entender o grau de organização e o perfil desses agentes e como eles estão inseridos nesse contexto, visando o melhor entendimento da cadeia produtiva da ovinocultura em Santa Catarina.

Palavras-chave: Abatedouro Frigorífico, Agroindústria, Cordeiros Guatapará, Gargalos, Ovinocultura, Produção.

ABSTRACT

SANTA CATARINA SHEEP PRODUCTION CHAIN: IMPORTANCE OF AGROINDUSTRY IN OFFERING DIFFERENTIATED PRODUCTS

The paper presents an overview of the world and national production chain, focusing on the state of Santa Catarina, addressing the importance of offering differentiated products by the agribusiness. These are production bottlenecks such as disorganization by producers, informalities, clandestine slaughter and many difficulties faced in the activity. It was carried out in a case study of a slaughterhouse in the state called Cordeiros Guatapará, showing as stages of production, marketing, legislation, as well as its offer of differentiated products in the sheep market in the state and country, seeking to understand how this price offered improving the sheep production chain. A questionnaire was conducted in order to be completed by local breeders and producers, seeking to understand the degree of organization and the profile of these agents and how they are inserted in this context, using the best understanding of the sheep production chain in Santa Catarina.

Key words: Refrigerator Slaughterhouse, Agroindustry, Guatapará Lambs, Bottlenecks, Sheep Farming, Production.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. OBJETIVOS	11
2.1 OBJETIVO GERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3. REVISÃO DA LITERATURA	11
3.1 OVINOCULTURA NO MUNDO	12
3.2 OVINOCULTURA NO BRASIL	13
3.3 DIFICULDADES E ABATE CLANDESTINO	16
3.4 OVINOCULTURA EM SANTA CATARINA.....	17
4. MERCADO	20
5. METODOLOGIA DA PESQUISA.....	22
6. ABATEDOURO FRIGORÍFICO GUATAPARÁ.....	24
6.1 INVESTIMENTO E AQUISIÇÕES INICIAIS.....	26
6.2 PRODUTOS.....	28
6.3 LOGÍSTICA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	31
6.4 POLÍTICAS DE COMERCIALIZAÇÃO	34
7. PERFIL DOS PRODUTORES DE OVINOS - SC.....	35
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37
10. APÊNDICE	41

1. INTRODUÇÃO

A relação homem e animal começou a se intensificar a partir do momento em que se viu a necessidade de sobrevivência por parte humana, iniciando numa perspectiva mais predatória, tendo a caça como fator preponderante e posteriormente a domesticação dos animais, otimizando seu consumo e uso. A criação de ovinos está presente desde o começo da humanidade, datado na bíblia a interação dos povos para com os animais, proporcionando desde aquela época inúmeros benefícios da atividade para a subsistência, fornecendo lã e pele para o vestuário e carne e leite para alimentação (OTTO, 2010).

A ovinocultura se inicia de fato com o início do desenvolvimento humano, onde se percebia o maior crescimento demográfico nas cidades e a necessidade de abastecer toda essa população. Com isso, a Revolução Industrial explode e a lã se torna um produto de suma importância para o uso humano, protegendo das intempéries do ambiente principalmente (VIANA, 2008). Sendo utilizada no vestuário, a fibra impulsiona o aumento das indústrias têxteis e de beneficiamento, garantindo o sucesso econômico elevando a venda e exportação do produto. Tendo em vista esse cenário e com o crescimento da demanda populacional, a carne e o leite começam a serem consumidos em forma de alimento, iniciando um novo olhar para fins de criação (OTTO, 2010).

O consumo de carne ovina e caprina ainda é muito limitado em comparação a outros produtos de origem animal, como bovino e suíno por exemplo. O grande desafio da ovinocultura e caprinocultura mundial está em elevar o consumo dos produtos, principalmente em grandes centros mundiais, o que acarretará na maior demanda por carne no mercado internacional. Qualquer incremento de consumo, por exemplo, nos Estados Unidos e União Europeia, beneficiará os países produtores de carne de qualidade, incluindo o Brasil, mas antes disso, a oferta interna precisa ser ajustada (VIANA, 2008).

De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), as tendências para o mercado ovino são promissoras, pois, nos países em desenvolvimento, a demanda de carne vem sendo impulsionada pela urbanização, consequência do crescimento demográfico, e pelas variações das preferências e dos hábitos alimentares dos consumidores. O Brasil pode-se beneficiar do aumento da demanda de carne ovina pelos países importadores, pois se faz um país produtor. O aumento do rebanho nacional, o incremento da oferta de animais jovens para abate e o fortalecimento da cadeia produtiva através da organização de produtores são desafios a serem alcançados, e que ainda não foram, para que o país possa exportar a carne ovina para países de maior consumo, aumentando assim, consequentemente, o consumo interno desse produto (FAO, 2007).

Essa é uma atividade muito importante para agricultores em diversas partes do Brasil, que dependem disso para sua sobrevivência, mas em Santa Catarina a ovinocultura fica restringida aos pequenos produtores sendo uma atividade considerada não muito rentável no estado, devido principalmente a uma questão cultural e a desorganização da cadeia, que carrega consigo diversos problemas como clandestinidade no abate, informalidades, sazonalidades no consumo, dentre outros. Diante do panorama do crescimento da ovinocultura no Brasil e principalmente em Santa Catarina, é importante salientar os quão variados e alternativos são os produtos que os ovinos fornecem ao consumo humano em todas suas estâncias. Seja do leite que proporciona queijos, iogurtes até sorvetes, seja de cortes de carnes de cordeiros que abastecem supermercados, restaurantes e açougues, produtos advindos desses cortes, como quibes, linguiças e salames, até a confecção de doces e cosméticos, ampliando o leque de opções, elevando a renda do produtor e agregando valor em seu produto. Mas para essa atividade se consolidar de fato no mercado brasileiro, problemas como informalidades, preços e abates ilegais precisam ser corrigidos e aperfeiçoados no país. Por isso, para melhor entender esse contexto foi desenvolvida essa pesquisa em Santa Catarina e no Abatedouro Frigorífico Guatapará, tendo em vista as práticas adotadas para diversificação dos produtos e usar um sistema de inspeção sanitária seguro.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Objetivou-se com o presente trabalho o estudo de uma cadeia produtora de ovinos em Santa Catarina, com enfoque para um estudo de caso do abatedouro frigorífico Guatapará, empresa de médio porte localizada no município de Guatambú.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar uma pesquisa bibliográfica sobre o panorama da ovinocultura.
- Aplicar um questionário sobre a organização da cadeia produtiva de ovinos com enfoque no estado de Santa Catarina.
- Discutir sobre a importância da agroindústria na oferta de produtos diferenciados de ovinos.
- Abordar as dificuldades e problemas enfrentados pela atividade em todas as escalas.
- Descrever um estudo de caso do Abatedouro Frigorífico Cordeiros Guatapará.

3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Inicialmente é interessante entendermos alguns termos e nomenclaturas dadas aos animais conforme a idade de abate para uma melhor compreensão ao longo do trabalho. Caprinos e ovinos são animais ruminantes, ambos da mesma família *Bovidae*, porém o termo caprinos é designado às cabras (fêmeas) e bodes (machos). Os filhotes dos caprinos são chamados de cabritos ou cabritas. O termo ovinos designa ovelhas (fêmeas) e carneiros (machos). Os filhotes dos ovinos são nomeados cordeiros, quando possuem até 6 meses de idade, e borregos, de 7 até 15

meses de idade, sendo que o mais desejado e saboreado é o cordeiro (ARCO, 2013).

3.1 OVINOCULTURA NO MUNDO

A produção de ovinos no mundo é muito intensa, e vem sendo elevada ao longo dos anos, segundo a Empresa Brasileira de pesquisa e Agropecuária, Embrapa (2017), e conforme o (Figura 1), ela está concentrada principalmente na União Europeia e nos Estados Unidos, por apresentar condições de mercado mais rentáveis para comercialização da carne. Nesses países, a carne é vista como um produto diferenciado, sendo ela apreciada e valorizada pelos consumidores de classes mais elevadas, o que torna esses mercados os mais visados para a exportação pelos países produtores. Já a lã é mais valorizada em regiões onde produzem animais de raças laneiras, como países da Oceania, onde obtêm-se fibras mais finas, resultando em tecidos de melhor qualidade.

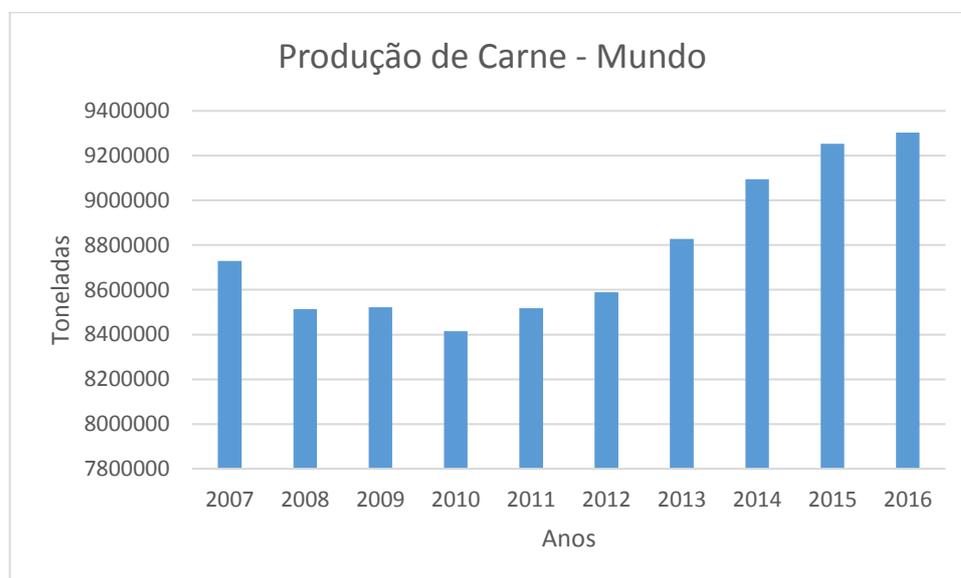


Figura 1 - Produção de carne ovina no mundo entre os anos de 2007 a 2016.

Fonte: Embrapa (2017)

Na Oceania, países como Austrália e Nova Zelândia desenvolveram sistemas de produção de alta produtividade. Visam à

produção de carne e lã com suas criações altamente tecnificadas, o que levaram esses países a controlar o mercado internacional desses produtos até os dias atuais. Durante anos de aperfeiçoamento, esses países desenvolveram técnicas produtivas e raças especializadas de animais que se difundiram pelo mundo, dando impulso para exploração econômica mundial da ovinocultura (VIANA, 2008).

Na Europa destacam-se os rebanhos produtores de carne, mas principalmente de leite, utilizados na fabricação de diversos tipos de queijos, e na América do Sul rebanhos de raças mistas que produzem lã e principalmente carne de qualidade para o mercado internacional e interno. Nos EUA e União Europeia, os países são considerados os mais rentáveis para comercialização da carne ovina, a carne nesses países é vista como diferenciada, apresentando qualidade considerada superior dos demais, sendo mais valorizada pelos consumidores de classes mais altas, o que qualifica esses mercados como os principais destinos para exportação desses produtos (VIANA, 2008).

O consumo médio mundial de carne ovina não ultrapassa de 2 kg *per capita* ano, média muito baixa se comparada com outras carnes, entretanto países como Mongólia, Nova Zelândia e Islândia, segundo FAO (2007), apresentam os maiores consumos de carne ovina, com 39 kg, 24 kg e 22 kg *per capita* ano respectivamente. Esse elevado consumo se explica principalmente por causa de aspectos religiosos, tradição na atividade e cultura (VIANA, 2008).

3.2 OVINOCULTURA NO BRASIL

A ovinocultura no Brasil, principalmente a de corte, é uma atividade que vem se desenvolvendo aos poucos, se modernizando e crescendo em regiões onde antes a atividade era quase nula, intensificando sistemas da cadeia produtiva em pequenas e medias propriedades e diversificando o investimento no meio agropecuário. Na primeira metade da década de 90, com o aumento do consumo de tecidos sintéticos e aumento da área plantada, os rebanhos diminuíram drasticamente no mundo inteiro, seja pela

doença do “mal da vaca louca”, na Europa, que dizimou inúmeros rebanhos, seja pela queda da demanda de lã, causando uma crise internacional no mercado, fazendo com que países produtores reduzissem a oferta traçando um novo perfil de produção, direcionando para produção de carne (ELZO, 2010). Foi nesse momento que a ovinocultura de corte começou a ser explorada definitivamente como atividade principal nas propriedades antes produtoras de lã exclusivamente.

Na figura 2, observamos a queda acentuada na década de 90 da produção de lã no Brasil e um aumento na produção de carne.

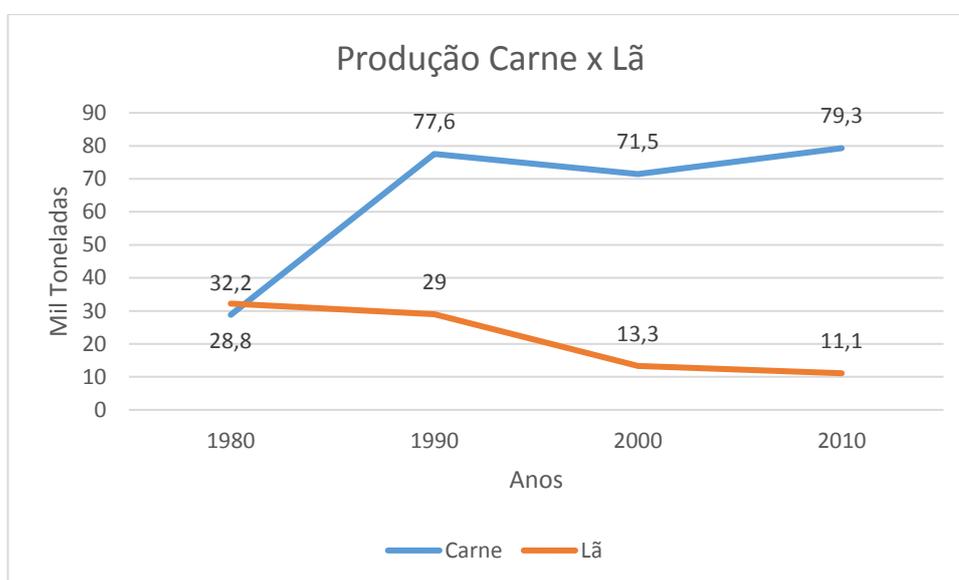


Figura 2 - Produção de carne x lã entre 1980 até 2010.

Fonte: IBGE/FAO (2019). Dados de (2011).

O Brasil figura no cenário mundial com uma produção de aproximadamente 2%, sendo os maiores estados produtores de ovinos no país localizados principalmente nas regiões Sul (21%) e Nordeste (66%), tendo destaque para o Nordeste onde a produção vem aumentando significativamente nos últimos anos, porém a oferta ainda é muito baixa o que faz o país importar muitos produtos, cerca de 2/3 do total consumido, pelo fato dos preços e políticas serem mais atrativos (IBGE, 2018). O principal país exportador para o Brasil é o Uruguai, sempre contribuindo com mais de 60% das importações totais, conforme (VIANNA, 2008) e com dados da FAO e MAPA do ano de 2007, muito pelo fato dessa carne ser beneficiada pela

valorização cambial existente no Brasil, o que favorece a importação desse produto a preços mais competitivos. Essa carne entra no país competindo com os preços de produtos nacionais, além de receber o rótulo de carne especial por ser estrangeira ou carne superior, dessa forma as importações acabam reprimindo os preços pagos aos produtores, além de ter uma aceitação melhor por parte dos consumidores (VIANA, 2008).

Essa baixa oferta de produtos e dificuldades na cadeia produtiva refletem no consumo por parte da população. Segundo dados da Associação Brasileira de Criadores de Ovinos (ARCO), apontam que em média, o brasileiro come, 400 gramas de carne ovina por ano, número consideravelmente inferior ao consumo de frango, 44 quilos ao ano, de carne bovina, 35 quilos ao ano, e de carne suína 15 quilos ao ano (ARCO, 2018).

O Nordeste é hoje a região que mais cresce na produção de ovinos e caprinos, e é lá que se concentra 90% do efetivo rebanho no país. Segundo o Censo Agropecuário do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017), apresentou que a ovinocultura na região foi a única no país a ter algum crescimento entre 2006 e 2017, elevando 15,94% entre esse período.

O crescimento do rebanho no Nordeste aconteceu paralelamente com aumento do número de estabelecimentos agropecuários, que apresentou taxa parecida, passando de 286,6 mil para 333,9 mil propriedades no país. Para o pesquisador, Espedito Cezário Martins, da Embrapa Caprinos e Ovinos, segundo dados desse censo, é possível identificar que a ovinocultura de corte no Nordeste, onde detém de 65% do rebanho ovino no país, contribui para um papel de destaque da atividade na pecuária nacional, “É inevitável fazermos um paralelo com a pecuária bovina. Esta última apresentou uma redução de 2,44% do rebanho nacional, sendo esta redução mais acentuada na região Nordeste, que registrou uma queda de 16,1%, quando comparado ao censo de 2006, uma redução de 4 milhões de cabeças de bovinos na pecuária nordestina. Possivelmente, estes números indicam efeitos negativos mais severos para os bovinos, provocados pelos longos períodos de secas ocorridos na região Nordeste nos últimos 5 anos” (EMBRAPA, 2018).

O mercado de carne ovina é muito promissor, pois além dos produtos oferecerem alta qualidade de sabor e textura, os consumidores possuem, em

média, alta renda, e isso dá esperança que a cadeia produtiva da ovinocultura se expanda cada vez mais. O Brasil possui uma imensa área em terras, solos, pastos, climas, raças e tecnologias avançadas para desenvolver essa atividade, que se trabalhado profissionalmente tem a possibilidade de trazer sucesso ao setor. Porém, o consumo de carne ovina no país está muito abaixo do desejado, e isso é reflexo de diversos problemas encontrados no Brasil, sendo o principal desafio do produtor aumentar essa oferta (EMBRAPA, 2018)

Uma pesquisa realizada recentemente pela Embrapa mostra que 12% dos brasileiros nunca se quer comeram algum produto oriundo de ovinos ou caprinos na vida. Apenas 25% da população consome frequentemente, sendo 17% comendo uma vez ao mês, 7% uma vez na semana e 1% diariamente. Cerca de 27% revelaram comer esse tipo de carne apenas algumas vezes ao ano e 35% consumiram alguma vez na vida (EMBRAPA, 2018).

3.3 ENTRAVES NA OVINOCULTURA

Para que essa atividade seja de fato consolidada no país e atender as expectativas tanto do produtor quanto do mercado, diversos pontos da cadeia produtiva tem que ser discutidos e melhorados. A ovinocultura não se desenvolve como o esperado por conta de diversos problemas, como desorganização da cadeia produtiva, falta de incentivo e conhecimento por parte do pequeno produtor, escala da produção, ofertas irregulares e padronização dos produtos, falta de união dos produtores, alta carga tributária, pouca representatividade política e sindical, estacionalidade reprodutiva das fêmeas ovinas no sul, falta de transparência e publicidade do negócio, abates clandestinos, dentre outros. Esses são os principais fatores que fazem com que o Brasil não deslanche no crescimento da produção ovina, falta maior união entre produtores para que a partir daí comece a urgir uma nova era de melhoras e disponibilidade de produtos diferenciados, com quantidade e qualidade elevada para o mercado brasileiro (SORIO & RASI, 2010).

Dentre todos os problemas citados, o abate clandestino acaba se tornando o principal, pois é dele que ramifica diversos outros encontrados na atividade. A ovinocultura no Brasil ainda apresenta alto índice de informalidade, e,

segundo dados da ARCO (2013), estima-se que não chega a 10% o número de abatimentos feitos de forma oficial e legal. É devido à alta carga tributária que a atividade apresenta, falta de matérias-primas no setor produtivo, relação conturbada entre produtor e frigorífico ou precária fiscalização oficial e de certos aspectos do ambiente institucional que favorecem a existência do abate clandestino, prejudicando não só os elos da cadeia produtiva com falta de dados ou dados insuficientes que atrapalham o eventual estudo dessa produção, como prejudica também e principalmente o mercado consumidor, que por vezes pode estar consumindo um determinado tipo de produto que talvez não tenha passado por uma inspeção fiscal e/ou sanitária adequada que futuramente acarretaria em problema maior de saúde pública, por exemplo.

3.4 OVINO CULTURA EM SANTA CATARINA

A produção total no efetivo de rebanho ovino, segundo dados da Pesquisa da Pecuária Municipal (PPM), IBGE, foi constatado que Santa Catarina apresenta um total de 1,44% da produção nacional, com expectativa desse número triplicar nos próximos 10 anos. Dentre os 295 municípios, 3 figuram como os mais importantes do Estado, somando um pouco mais de 10% em Santa Catarina inteira, Lages, com 4,6% da produção estadual, Chapecó com 3,5% e Água Doce com 2,9%. Os demais municípios apresentam dados muito baixos devido a produção ser principalmente de subsistência ou por conta da informalidade (IBGE, 2017). Na Figura 3 podemos visualizar melhor a divisão da produção por municípios.

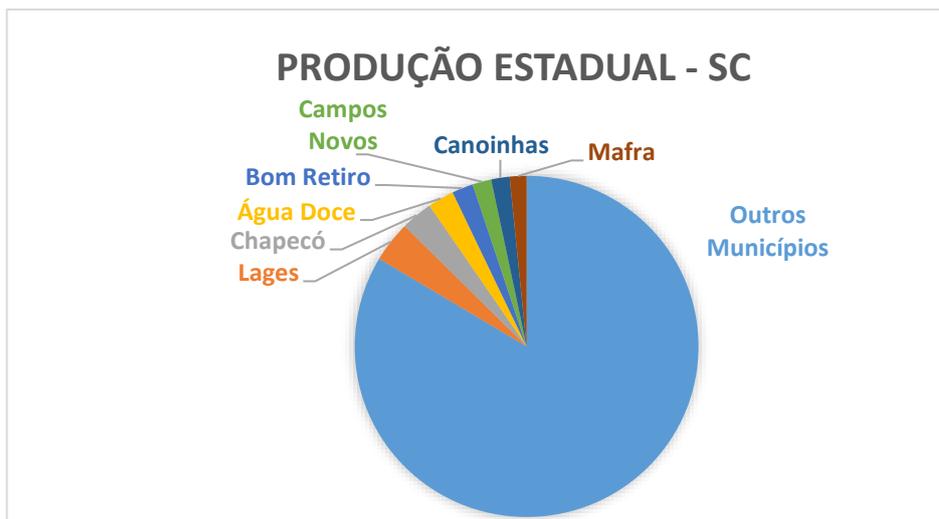


Figura 3 - Produção estadual em Santa Catarina.

Fonte: PPM – IBGE (2017).

Santa Catarina é o estado que mais importa carne de cordeiro de outros países, portanto é muito importante essa cadeia estar bem estruturada e organizada para um melhor abastecimento do mercado. Segundo um evento realizado pela ABCO (Associação Brasileira de Criadores de Ovinos Suffolk) em 2018, é importante que seja feito um trabalho sério e bem alinhado com pequenos, médios e grandes produtores para que essa atividade seja de fato padronizada e rentável economicamente.

Em Santa Catarina, que é o enfoque desse estudo, pode-se perceber nesses últimos anos que a ovinocultura tem crescido de uma forma muito positiva, fortalecendo a atividade no estado e melhorando a produção nacional dessa cadeia. O incentivo foi dado a partir de constantes reuniões de produtores com programas de assistência como o Programa de Assistência Técnica e Gerencial (ATeG) em Ovinocultura de Corte, de Sindicatos, da Associação Catarinense de Criadores de Ovinos (ACCO) e Associação Brasileira de Criadores de Ovinos de Leite (ABCOL), que iniciou uma nova forma de se pensar no melhoramento em todos os setores dessa cadeia produtiva em Santa Catarina, melhorando números como taxa de prenhez, taxa de natalidade, melhoria no desmame e outros índices que somados reduziram o custo de produção total dessa atividade (ATeG, 2018).

Diversas são as empresas em assistência no estado que fornece suporte adequado aos produtores e incentivo à produção. Como por exemplo, a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural em Santa Catarina (Epagri),

que é uma empresa pública vinculada ao governo de Santa Catarina, onde realiza inúmeros programas de pesquisa e extensão e tem importante participação em políticas voltadas para o setor. Porém, segundo o produtor Dagoberto Toledo, em nenhuma dessas empresas é orientado e avaliado o foco comercial e industrial da atividade, como acontece por exemplo no Rio Grande do Sul, onde as entidades enxergam a atividade como um todo, e partir daí segmentam as atividades, criadores de animais de campo, de animais de cabanha para melhoramento genético, desenvolvimento de cortes, industrialização, atividades de interação entre os criadores, compradores, indústria.

Em Santa Catarina, a atividade de corte é desorganizada, visto que todo esforço é despendido para o melhoramento genético, com foco quase todo exclusivo para esse setor. Daí os criadores de animais que serão destinados ao mercado, e a própria indústria, não estão incluídos nessas políticas, ao contrário de outros grandes segmentos no estado como avicultura, suinocultura e bovinocultura, que tem dentro de suas atribuições uma abrangência mais ampla. É difícil reverter esse cenário visto que o segmento é dividido em “Cabanheiros” e “Criadores”, o primeiro são criadores de animais de elite e reprodutores, são fazendeiros potencialmente mais fortes que investem em genética e vendem essa, com um bom desempenho dentro e fora de SC. Já os criadores não tem tanta força e toda essa estrutura, por isso a ACCO tende a apoiar esses criadores. Porém, segundo Dagoberto tem-se o problema desses criadores não se organizarem bem, é uma questão cultural do estado, onde a ovinocultura ainda é relegada a atividade de fundo de propriedade, não sendo considerada uma atividade importante na economia do estado e nem da própria propriedade.

Santa Catarina possui inúmeros abatedouros frigoríficos e agroindústrias que ofertam diversos tipos de carnes entre outros, porém apenas 5 processam e industrializam carne ovina no estado. Na Figura 4 tem-se um mapa com todos os frigoríficos/agroindústrias, são eles: Cordeiros Guatapará; Frigorífico Mattei; Frigorífico Palmeira, Frigorífico Cantuária e Frigorífico Frimazo.



Figura 4 - Abatedouros de ovinos em Santa Catarina.

Fonte: Google Maps, 2019 (adaptado).

4. MERCADO

Atualmente se sabe que a oferta de produtos crneos oriundos da ovinocultura é insuficiente e não abastece a alta demanda do mercado, devido aos inúmeros problemas já mencionados. A cadeia produtiva encontra-se desarticulada o que impede a exploração eficiente do mercado potencial. Uma correta organização do setor para um melhor aproveitamento referentes as oportunidades de mercados, exige competência na atuação em todos os níveis da produção, industrialização e na comercialização (ARCO, 2013)

Empresas estão dominando o mercado gradativamente pois buscam dinamizar seus produtos ofertando alternativas de consumo, com alta qualidade e confiabilidade, que acabam ganhando a preferência de mais clientes. A venda do produto em varejo é uma excelente estratégia de mercado, pois a partir do momento em que o produto final está pronto vem agregado a ele algum tipo de corte especial certo grau de diferencial, embalagem e rastreabilidade, o que agrega valor no final desse produto. Para suprir a demanda, um estudo deverá ser realizado em todos os elos da

produção a fim de se melhorar a atividade e reduzir custos no processo (ENESEP, 2006)

Na indústria se faz necessário uma melhor padronização dos cortes e carcaças, otimizar tecnologias de abate e processamento, ter mais frigoríficos com estruturas modernas e eficientes para o abate de ovinos. Além de se fazer presente e necessária a correta fiscalização para evitar o abate clandestino, um dos principais gargalos para o desenvolvimento da cadeia, o que deprecia a carne ovina frente aos consumidores. No segmento da produção o problema se dá pela falta de posicionamento e interesse por parte dos próprios produtores. De um lado existem produtores que são acomodados com a dinâmica do mercado, considerados passivos em relação a criação e abate sem estrutura e tecnologia adequada, o que acarreta em poucos produtos de baixas qualidade e rentabilidade a si próprio. E do outro lado, produtores ativos que buscam sempre otimizar e melhorar sua oferta ao mercado, tendo a consciência de uma mudança no seu posicionamento frente a uma perspectiva de eficiência e integração correta de todos os elos dessa cadeia (SILVEIRA *et al*, 2003).

A cadeia produtiva é um conjunto de componentes interativos, tais como, sistemas produtivos agropecuários e agroflorestais, fornecedores de insumos e serviços, indústrias de processamento e transformação, distribuição e comercialização, além dos consumidores finais do produto e subprodutos da cadeia (CASTRO *et al*, 1995).

Para Batalha (2001), a análise da cadeia produtiva agropecuária é composta por três macrossegmentos: produção de matérias-primas; industrialização e comercialização. Na produção de matérias-primas as responsáveis por esse setor são as firmas, associações, cooperativas ou produtores que fornecem os produtos ou insumos iniciais necessários para que outras empresas avancem na produção do produto final. A cada processo produtivo podem ser associadas uma ou várias matérias-primas que terão uma importância crucial para as outras operações da cadeia.

No segmento da industrialização são representadas pelas firmas ou empresas que são responsáveis pela transformação das matérias-primas em produtos finais que posteriormente tem o destino o consumidor. É nesse segmento onde estão inseridas as operações logísticas e comerciais

fundamentais para a inserção e atuação em diferentes tipos de mercados ofertando diferentes tipos de produtos dependendo da organização dessa indústria. E por fim, o macrossegmento da comercialização é representada pelas empresas ou intermediários que disponibilizam o produto final para o cliente. Divididos entre varejistas e atacadistas, a dinâmica de comercialização se torna um papel importante no entendimento da cadeia e do tipo de sistema comercial adotado (ENEGEP, 2006)

A cadeia produtiva pode ser entendida como um conjunto de etapas. Essas etapas podem ser separadas em um chaveamento de operações técnicas elementares. Cada vez que um produto entra ou sai de uma dessas etapas produtivas, carrega consigo um valor de mercado que lhe foi atribuído, caracterizando um estado de produção. Para cada um desses estados de produção existe um mercado intermediário que lhe é associado (SILVEIRA *et al*, 2003).

Uma empresa para ter excelência em sua produção depende da eficiência de comercialização de insumos e produtos. Quanto melhor o gerenciamento e entendimento dos componentes do sistema, menores serão os custos de produção de cada uma dessas etapas, mais rápida a adaptação as mudanças do mercado e menos conflitos e divergências entre clientes e fornecedores (BATALHA, 2001). As iniciativas de gerenciamento e coordenação somente são possíveis com a participação crescente dos agentes, sendo fundamental a organização de um núcleo pioneiro fortemente vinculado à atividade, permanente, organizado, que lidere o processo nas diferentes áreas de atuação (SILVEIRA *et al*, 2003).

5. METODOLOGIA DA PESQUISA

O panorama geral da ovinocultura em Santa Catarina demonstra várias fragilidades, portanto foi realizado no presente estudo, dois tipos de pesquisa para o melhor entendimento de como a cadeia produtiva, bem como as agroindústrias se organizam como setor para ofertar produtos alternativos agregando valores. Conforme BOCCATO (2006), a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais

teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas.

A pesquisa teve como objetivo o melhor entendimento sobre a questão da oferta de produtos alternativos no mercado da ovinocultura, e como essa prática afeta na oferta e agrega valor no produto final. Primeiro foi feito um estudo de caso com um Abatedouro Frigorífico chamado Cordeiros Guatapará, localizado em Guatambú, município de Santa Catarina. Foi realizado uma pesquisa/entrevista com o proprietário Dagoberto Rampelotto Toledo sobre todo o processo de abate e de processamento, mostrando como e quais produtos essa empresa oferta, a logística da comercialização e políticas envolvidas em todo processo. Segundo Yin (2001), “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definido”.

Posteriormente foi desenvolvido um questionário pelo Google Forms, destinado a produtores/criadores do estado a fim de se obter respostas de qual o principal perfil deles, como eles se organizam, se recebem assistência, dificuldades encontradas, canais de comercialização, quais produtos ofertam, se possuem agroindústria e expectativas na atividade. Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. (GIL, 2008).

A linha de pesquisa se desenvolveu pela coleta de informações contratuais e gerenciais, organizacionais e especialmente de mercado, tendo em vista que a empresa além de abater animais e produzir cortes diferenciados também industrializa produtos na própria unidade.

6. ABATEDOURO FRIGORÍFICO GUATAPARÁ

A Pesquisa foi realizada em um Abatedouro Frigorífico de médio porte criador de cordeiros chamado Cordeiros Guatapará, localizado a 21 km

de Chapecó e 594 km de Florianópolis, no município de Guatambú – SC, que conta com uma área total de 98 ha incluindo a área do frigorífico e plantio de grãos e capacidade instalada para abate de 5.000 cabeças/mês. A fazenda Guatapará foi fundada em julho de 1999, e o Frigorífico Cordeiros Guatapará desde setembro de 2006, sob o comando de Dagoberto Rampelotto Toledo. A empresa tem como missão oferecer ao mercado produtos *in natura* e industrializados com qualidade, quantidade, uniformidade, constância e preço justo.



Figura 5 - Localização da agroindústria Cordeiros Guatapará.

Fonte: Google Maps (2019), Cordeiros Guatapará.

Dagoberto que é formado em administração em Chapecó-SC, se deixou tomar pelo chamado espírito empreendedor e resolveu estudar mais profundamente o mercado e implantar um sistema de criação e abatedouro de ovinos em sua fazenda. Segundo o entrevistado, muitos o criticaram, pois não havia exploração comercial nesse ramo da indústria frigorífica. Movido pelo desafio de implantar uma atividade até então pouco explorada no estado a ideia sai do papel e é consolidada de fato em sua propriedade. Mas foi com um investimento inicial alto e estudo de vários setores que conseguiu realizar o projeto, desde modelo de planta frigorífica, registro de produtos até capacitação de funcionários que foi possível tal trabalho. Hoje o desafio é outro, mas o sistema foi realizado e hoje é exemplo para muitas empresas de

pequeno e médio porte no estado, diversificando sua produção e se adequando cada vez mais às exigências do mercado.



Figura 6 - Dagoberto Rampelotto Toledo ao lado do outdoor da empresa.

Fonte: Imagem cedida pela empresa, 2019.

Conforme entrevista com o proprietário Dagoberto Toledo em 2019, a empresa é designada para processos de abate, cortes, desossa, industrialização e venda de produtos como quibes e lingüicinhas, considerando que esses produtos são produzidos, processados e embalados na própria propriedade. Além da venda de couro à indústria para confecção de pelegos, Dagoberto também realiza palestras referentes à atividade produtiva, falando sobre ovinocultura industrial, raças e suas características no abate, rendimento comercial, entre outros.



Figura 7 - Dagoberto ministrando palestra sobre a atividade.

Fonte: Imagem cedida pela empresa, 2019.

6.1 INVESTIMENTO E AQUISIÇÕES INICIAIS

O investimento inicial do frigorífico foi de cerca R\$ 1.500.000 em 2008, com todos recursos próprios, segundo o proprietário do estabelecimento. Após o início das atividades, que no início era apenas de abate sem industrialização, houve desenvolvimento de cortes especiais de carcaças e alguns produtos industrializados, a partir daí, houve aporte de mais R\$ 250.000 via financiamento do Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE).

Após o alto investimento, Dagoberto conta que ainda não aconteceu o retorno financeiro esperado. No transcorrer desses anos, houve lucro financeiro na atividade, mas não o lucro contábil. Muito disso se deve a dificuldade que havia, e que ainda tem, de oferta de matéria prima durante os 12 meses do ano. O fluxo de produção era prejudicado na entressafra (maio a setembro), demorando para ser restabelecido. Devido ao melhor preço obtido no período da entressafra, alguns poucos produtores manejam seus rebanhos atrasando o período natural de monta, para ofertar e ganhar o melhor preço. O recurso mais comum ainda é fazer um estoque regulador

para o período e utilizar outra matéria prima, como animais mais velhos. De uns 3 anos para cá, já existe uma preocupação do segmento para ofertar o ano todo, período que então se consegue finalmente ter constância em produção, faturamento e nivelar margens.

O proprietário afirma, que até hoje, a maior dificuldade enfrentada pela empresa para se manterem é sem dúvida o capital de giro. A demanda por dinheiro para custeio das atividades é escassa, no seu caso se concentra 100% no retorno de vendas. O ideal, segundo Dagoberto, teria sido usar o capital que ele tinha para este fim, e financiar a obra, porém na época um investimento daquele valor numa planta Frigorífica de uma proteína apenas alternativa não era bem aceito pelo sistema de *rating*¹ bancário, devido a novidade e conseqüentemente o alto risco.

Quanto a dívidas, felizmente não é a realidade da empresa. "O pouco que adquirei em empréstimo bancário para investimento já foi quitado. E como o ramo ainda tem dificuldade de adquirir crédito, trabalhamos com autofinanciamento, reinvestindo quase 100% do que gira. As poucas dívidas que temos tem a ver com impostos e contribuições, como Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), os quais devidamente renegociados, implicam em valores atuais de menos de 1% sobre faturamento", afirma Dagoberto. Conforme a entrevista, o proprietário afirma ainda não precisa usar esse.

Conforme o produtor, hoje a empresa trabalha com 25 funcionários incluindo administrativo, operacionais, serviços gerais e de limpeza, técnicos veterinários e tecnóloga de alimentos, sendo exemplo do setor no estado, distribuindo seus produtos a nível estadual e nacional.

A aquisição inicial dos animais se dá por meio das raças Texel e Ili de France para o abate que provem de produtores rurais da região Oeste e Planalto de Santa Catarina, onde na propriedade são criados animais para engorda até o momento do abate. Essa aquisição de animais acontece de duas formas; oriundos de outros estados e de Santa Catarina. Quando vindos

¹ *Rating* é uma nota que as agências de classificação de risco de crédito atribuem a um emissor, pode ser um país, empresa ou banco, de acordo com sua capacidade de honrar uma dívida. Serve para que investidores saibam o nível de risco dos títulos de dívida que estão adquirindo.

de outros estados são prontos para o abate, semanalmente chegam cargas de 220 cabeças, e os adquiridos em SC são confinados por até 30 dias. Já a quantidade depende da oferta e da disponibilidade de alimentos, aquisição para confinamento mais perto dos períodos de entressafra (maio a setembro). Quando esses animais são confinados, eles são destinados à fase de engorda com alimentação no cocho e a pasto, garantindo a nutrição adequada e balanceada conforme o padrão exigido pela empresa.

Segundo Dagoberto, na alimentação os animais são criados no pasto, mas devido ao modelo fundiário da propriedade a empresa adota um plano de suplementação alimentar nos cochos com silagem de milho e sorgo, farelo de soja e concentrado mineral. A ração é produzida na propriedade, porém parte desses “ingredientes” são adquiridos de cooperativas e/ou fabricantes locais.

6.2 PRODUTOS DA EMPRESA

No Abatedouro Frigorífico Cordeiros Guatapará além do abate e da desossa inteiramente manual das carcaças, são ofertados diversos produtos, como cortes especiais, linguiças, quibes, “kit-buchada” e subprodutos que são destinados à industria de hambúrgueres e confecção de pelego com a l resultante do processo. Está em desenvolvimento a almondega e hambúrguer de cordeiro. Quanto aos cortes, são diferenciados em Linha Grill e Goumert. Na Linha Grill que são cortes destinados mais para churrasco, incluem paleta, pernil, costela, t-bone, pescoço e carr, são os principais produtos da empresa, que mais vendem, e são destinados para o interior da região sul do país. Já a Linha Goumert são ofertados cortes especiais como pernil bola, paleta, costela ripa, costela do vazio, carr francês, picanha, lombo, filé mignon e fil de pescoço, são produtos de qualidade superior, destinado mais para restaurantes no litoral da região sul, Curitiba e São Paulo.



Figuras 8 e 9 - Produtos da Linha Grill e Gourmet.

Fonte: Imagens cedidas pela empresa, 2019.

Os produtos alternativos ofertados, linguiças e quibes, são obtidos a partir da desossa da matéria prima que não são indicados para venda *in natura*, como animais para descartes e adultos. A linguiçinha fina em espiral é a que tem maior venda, e geralmente é vendida para a região litorânea de Santa Catarina e Paraná, pelo fato de ser um mercado mais atraente e consumidor desses produtos, segundo o produtor. Outro produto ofertado é o “Kit- Buchada”, muito apreciado na culinária nordestina, composta por estômago, pulmões, coração, rins, língua e fígado, foi desenvolvido pela empresa e é um kit que gera boa fonte de renda pelo diferencial, uma vez que não é um prato forte no estado, sendo as vendas concentradas para atacados de São Paulo. Além desses, as tripas também são ofertadas para as indústrias processadoras regionais de ração.



Figuras 10 e 11 - Kit-Buchada.

Fonte: Imagem cedida pela empresa, 2019.



Figura 12 - Linguicinha e Kibe.

Fonte: Imagem cedida pela empresa, 2019.

Quanto ao faturamento, os cortes *in natura* das Linhas Grill e Gourmet correspondem por 90% do faturamento total. Os outros produtos alimentícios pelo restante. O mercado do pelego para animais de corte é quase insignificante no faturamento. As vendas são apenas no atacado, não fazendo varejo para não concorrer com próprios clientes da empresa, sendo eles atacadistas, supermercados e restaurantes. Por esse motivo, Dagoberto não pensa em ampliar o negócio desenvolvendo restaurantes, lojas e nem vendendo no varejo, visto que o faturamento vem das vendas a dezenas de clientes corporativos. Segundo ele, “quando eu me instalo como revenda do próprio frigorífico, estou competindo em desigualdade, daí começam os

boicotes ao meu produto. Você não vai ver um mercado da Aurora, Sadia, Perdigão, JBS, etc....eles são indústria e não querem se aventurar no comércio, daí meu exemplo. ”

No âmbito da concorrência de mercado segundo o produtor, é bem acirrada nos itens *in natura*, onde se tem maiores ofertas de outras empresas. Já nos produtos alternativos industrializados tem-se uma boa fatia de mercado nas vendas, o que mais dificulta elevar as vendas não é processo industrial em si, como maquinário entre outros, e sim o tempo que se leva para se desenvolver um novo produto e esse chegar no cliente ao ponto que ele conheça, mensure e goste, sendo demorado e caro. É difícil dar a publicidade ideal.

Para divulgar a atividade e levar seu nome e experiência, Dagoberto ministra palestras sobre a atividade, já foi associado da ACCO-SC, mas se desvinculou pela falta de articulação por parte dos produtores, muito individualismo e aproveitamento por parte de alguns. É por isso que não participa mais de eventos demonstrativos de seus produtos, pois segundo ele, além de não sentir melhoras nas vendas nem na lucratividade é um ambiente repleto de “cartas marcadas”, refletindo bem na problemática da falta de organização da cadeia produtiva do estado.

6.3 LOGÍSTICA DE COMERCIALIZAÇÃO

A empresa após o abate produz cortes congelados e resfriados, desossa e produtos industrializados como Linguiça e Quibe que são feitos no próprio frigorífico. Os produtos são acondicionados em embalagens apropriadas para alimentos adquiridas de fornecedor do Paraná, (embalagens plásticas termoencolhíveis), e colocadas em caixas de papelão identificadas com a logo marca da empresa e informações técnicas obrigatórias para comercialização. Não se tem presente ainda o sistema de produtos rastreados, mas no frigorífico é feita a descrição por lote e fornecedores para mapeamento de possíveis anormalidades. As embalagens e caixas são descartáveis, portanto não se tem o reaproveitamento do material.

A comercialização é dividida em três mercados: Local, Estadual e Nacional. Na comercialização local, Chapecó e arredores, a entrega é realizada com veículos próprios e são entregues produtos resfriados para restaurantes, supermercados, açougues e distribuidores, e leva em média de 1 a 5 horas de transporte. Na comercialização estadual e nacional, litoral de Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Pernambuco, Pará, a entrega é realizada por veículo próprio e por empresa terceirizada especializada em transporte de produtos refrigerados, onde somente peças congeladas são entregues em 12 horas ou conforme a distância a empresa responsável tem um sistema próprio de entrega, pois normalmente usam pontos geográficos estratégicos para conexões rodoviárias. Os cortes, peças, linguças e quibes produzidos são armazenados no próprio frigorífico pelo menor tempo possível até que a empresa busque e realize o transporte para os centros comerciais. Esteque é dinheiro parado e gera custos diários, portanto tem-se uma tolerância de no máximo 15 dias de mercadoria parada na empresa, relata o produtor.

Na propriedade Cordeiros Guatapará a logística de transporte conforme a entrega de borregos se dá por meio de transportadora terceirizada especializada em cargas vivas em data e hora previamente marcadas, e informando estimativa depois de carregados do horário de chegada ao abatedouro. Frete é por conta da empresa, calculado de acordo com a quilometragem. Os insumos são adquiridos no mercado local, normalmente na cooperativa, pela facilidade de comprar menores quantidades. É usado para pequenas cargas um veículo próprio da empresa, e para cargas maiores ou se comprado direto do fabricante ou distribuidora a entrega é feita sem custo pelos mesmos, sempre carga rodoviária

A uniformidade da oferta é constante caindo na entressafra, que em Santa Catarina corresponde aos meses de maio a setembro (5 meses), podendo ter aumento nos preços de suplementos e insumos para ração oriundos de produtores locais. Conforme a entrevista, os pontos positivos desse mercado são as possibilidades de ofertar produtos frescos e de atender os clientes com certo grau de personalização. Já os pontos negativos são a concorrência injusta com produtos importados, que entram no Brasil com preços extremamente atrativos, devido principalmente a acordos comerciais antigos que previam isenções tributárias e a entressafra que

prejudica muito devido à queda de oferta de boa matéria prima por cerca de quatro meses todos os anos.

Os animais jovens são comercializados *in natura* em forma de cortes ou carcaças já embalados para mercados regionais e estaduais apenas, por garantir uma qualidade melhor da carne na hora da entrega. Já os animais mais velhos, os carneiros e ovelhas, são processados e industrializados para fabricação de quibes e linguichinhas e uma parte destinada a uma empresa especializada em hambúrgueres, tendo em vista que animais mais velhos possuem uma qualidade inferior da carne se comparada a animais mais jovens, então essa carne é temperada e retirada sua gordura para a industrialização desses produtos.



Figura 12 e 13 - Veículos para entregas em Chapecó e no litoral de SC.

Fonte: Imagens cedidas pela empresa, 2019.



Figura 14 e 15: Veículos para entrega no Rio Grande do Sul e veículo da empresa terceirizada para São Paulo.

Fonte: Imagens cedidas pela empresa, 2019.

6.4 POLÍTICAS DE COMERCIALIZAÇÃO

O órgão que atua na empresa é o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que é o regulamentador da legislação sanitária no abatedouro, mas quem atua diretamente no estabelecimento são profissionais veterinários cedidos do órgão estadual, em Santa Catarina de prefeituras municipais e a Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina (CIDASC). Seguem normas de comercialização, Boas Práticas de Fabricação (BPF), planos de higienização, controles contra fraudes e monitoramento de possíveis lotes anormais. Além de treinamentos no frigorífico e o Guia de Trânsito Animal (GTA), que assegura a sanidade animal pelo comprador a campo junto ao produtor fornecedor.

Não há um controle formal no plantel de ovinos, o único documento que assegura (em parte) a sanidade, é a GTA, que é realizada pelo médico veterinário presente na propriedade criadora dos animais. Porém, informalmente é feito o acompanhamento dos critérios de sanidade pela empresa direto com os produtores, através do comprador de campo que visita regularmente as propriedades dos fornecedores. Antes da venda, o MAPA averigua os produtos conforme a regulamentação sanitária pelo Sistema Brasileiro de Inspeção (SISBI), órgão certificador, que tem como objetivo fazer a padronização e harmonização dos procedimentos de inspeção dos produtos de origem animal (POA) de forma a garantir a qualidade dos alimentos.

Caso esses produtores e fornecedores seguirem corretamente as orientações técnicas da Epagri e MAPA, quanto a todos os aspectos para uma boa produção como manejo sanitário, de alimentação adequada, de raças e cruzamentos comerciais, esses animais quando prontos serão a matéria prima ideal para a empresa.

A Figura 16 mostra o selo de inspeção do órgão certificador SISBI, utilizado nas embalagens de todos os produtos.



Figura 16 - Adesivo do órgão de inspeção para embalagens SISBI.

Fonte: Imagem cedida pela empresa, 2019.

7. PERFIL DOS PRODUTORES DE OVINOS - SC

Quanto ao questionário que foi desenvolvido a ser respondido pelos produtores e/ou criadores do estado não foi conclusivo. Poucos preencheram, portanto não se tem uma base confiável sobre os resultados obtidos. Quando se tem uma cadeia desorganizada onde os membros envolvidos não se articulam ou fazem questão de receber ou fornecer informações para o melhor entendimento da atividade, tem-se essa problemática, a estagnação do setor.

O questionário desenvolvido com 11 perguntas obteve um total de 6 respostas contando com o Frigorífico Guatapará. Ele foi repassado pelo Dagoberto Rampelotto Toledo, dono da Guatapará, para vários criadores/produtores conhecidos dele e foi encaminhado um e-mail para a Associação Criadora de Ovinos de Santa Catarina (ACCO-SC) e mesmo assim não se teve o retorno esperado. Foi inconclusivo pois se esperava um número consideravelmente maior nas respostas.

Quando perguntado o perfil dos produtores/criadores obteve-se uma idade média de 50 anos para essas pessoas. Quanto as atividades realizadas e o tempo na atividade se dividiu muito em criadores e produtores e médicos veterinários, sendo executada em no mínimo 21 anos e indo ao máximo até 30 anos. A maioria fazia parte de associações regionais apenas, de criadores do próprio município, somente um fazia parte da ACCO-SC, e se recebia assistência técnica somente 2 recebiam.

Sobre a questão de maiores dificuldades enfrentadas os resultados foram totalmente distintos, como falta de assistência técnica especializada, concorrência desleal do abate clandestino e do comércio de carne ovina sem certificação de origem, baixa margem de lucro e dificuldade de manter o giro, altos custos de produção e margens líquidas apertadas, perdas por verminoses, aquisição de vermífugos eficazes, compra de matrizes de qualidade e custo do abate dos animais nos abatedouros particulares.

Na comercialização a maioria era feita para supermercados e açougues e ofertando na maioria das vezes cortes resfriados. Teve-se um resultado que três possuíam Frigorífico e os outros três não possuíam, apenas revendiam para eles. E por fim, quando perguntados se pretendiam continuar na atividade a resposta foi unânime em dizer que sim e acreditar no potencial da ovinocultura brasileira.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Ovinocultura é uma atividade que quando bem realizada é bastante lucrativa, tendo um panorama muito positivo se pegarmos o histórico recente do crescimento da atividade no estado e no país. Muitos problemas ainda têm que ser superados e combatidos. Fiscalização eficiente e presente se faz necessário. Em Santa Catarina falta mais articulação entre os criadores e produtores, a atividade ainda é vista como pouco lucrativa e eficiente, falta mais oferta com preços justos e falta mais mercado para esses produtos, muitas pessoas nunca comeram ou nem sabem o que é o mercado de ovinos.

O dinamismo do mercado faz com que produtores e empresas se otimizem e desenvolvam novos produtos, produtos esses alternativos que são frutos do aproveitamento de todo o excedente da matéria prima utilizada. Além de uma nova fonte de renda, esses produtos promovem uma variação na oferta de produtos antes pouco ofertados dando uma nova perspectiva para o setor, o ganho de um nicho de mercado em especial e a visibilidade para a empresa que disponibiliza produtos alimentícios diferentes do tradicional.

A partir das pesquisas realizadas e resultados obtidos pode-se perceber que a oferta por produtos alternativos na cadeia da ovinocultura em Santa Catarina ofertada pela empresa Abatedouro Frigorífico Guataparará é de forma muito positiva quando se busca novos mercados, novas formas de renda e conseqüentemente agregação de valor no produto e no setor como um todo. A oferta por esses produtos se faz difícil no primeiro momento, quando se tem todo o processo de desenvolvimento e processamento, a parte de legislação e fiscalização que assegura qualidade e sanidade, atingir o público alvo e garantir que esse produto se consolide nesse mercado é uma tarefa difícil a ser realizada pelas agroindústrias, mas que confere um resultado positivo quando bem realizado para a atividade.

A pesquisa obteve certas limitações ao não obter respostas de outros produtores/criadores nem das associações. Seria ideal um estudo mais aprofundado sobre essa falta de informações referentes a atividade em Santa Catarina, bem como ir em busca de novas estratégias realizando outro estudo de caso com mais frigoríficos e agroindústrias no estado, com mais produtores e empreendedores a fim de se ter respostas e resultados mais conclusivos a respeito.

Uma organização entre produtores, empresas e outros elos da cadeia produtiva só beneficiariam o setor e disponibilizariam produtos com maior grau de qualidade e confiabilidade. A oferta de produtos alternativos só melhora a visibilidade da atividade, garantindo produtos diferentes com baixo custo, gerando um novo tipo de renda para o produtor, diversificando a produção, adaptando suas vendas a novos tipos de mercado e agregando valor ao seu produto final.

O mercado é promissor, o que falta é uma organização nacional e mobilidade federal para cumprir com exigências formais e sanitárias, agregando maior valor aos produtos e enaltecendo o ramo. Portanto, se faz necessário mais estudos de casos com um objetivo de entender melhor essa cadeia buscando soluções e alternativas para o contorno dessa problemática.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, L.R.N; BORGES, I.; GUEDES, L.F.; ANDRADE, P.A.D.; MELO, I.O.; FAGUNDES, L.D.; Carne Ovina – Avaliação, rendimentos e Fatores Inerentes. Artigo 216. **NutriTime – Consultoria em Nutrição Animal**, 2013. Disponível em: https://www.nutritime.com.br/arquivos_internos/artigos/Artigo216.pdf.

Acesso em: 01 de outubro de 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE OVINOS SUFFOLK – ABCOS. Criadores se unem para organizar cadeia produtiva de ovinos em Santa Catarina. **Notícias**. Disponível em: <https://www.abcos.com.br/criadores-se-unem-para-organizar-cadeia-produtiva-de-ovinos-em-santa-catarina/>.

Acesso em : 04 de dezembro de 2019.

ELZO, E.L.D., Características da Ovinocultura de Corte no Brasil. **Jornal Dia de Campo**, 2010. Disponível em: <http://www.diadecampo.com.br/zpublisher/materias/Materia.asp?id=21333&secao=Colunas%20e%20Artigos> . Acesso em: 04 de outubro de 2019.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA. Evolução Anual do Efetivo de Rebanho de Caprinos (Cabeças): Mundo. **Produção Mundial**. Disponível em: <https://www.embrapa.br/cim-inteligencia-e-mercado-de-caprinos-e-ovinos/producao-mundial>. Acesso em: 03 de outubro de 2019.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA. Pesquisa mostra que 12% dos brasileiros nunca comeram carne ovina. **Notícias**. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/34766692/pesquisa-mostra-que-12-dos-brasileiros-nunca-comeram-carne-ovina/>. Acesso em: 22 de outubro de 2019.

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DA PRODUÇÃO – ENEGEP. Cadeia produtiva: estruturas de governança. **XXVI ENEGEP**. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR530358_7336.pdf. Acesso em: 04 de dezembro de 2019.

FIRETTI, R., ALBERTI, A.L.L, ZUNDT, M., FILHO, A.A.C., OLIVEIRA, E.C., Identificação de Demanda e Preferências no Consumo de Carne Ovina com Apoio de Técnicas de Estatística Multivariada. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032017000400679 .

MALISZEWSKI, E., Potencial de ovinos pode ser aumentado com produtos derivados da carne. **Agrolink**, 2019. Disponível em: https://www.agrolink.com.br/noticias/potencial-de-ovinos-pode-ser-aumentado-com-produtos-derivados-da-carne_418550.html . Acesso em 16 de outubro de 2019.

NSC TOTAL, NOTÍCIAS DE SANTA CATARINA, BRASIL E MUNDO. Ovelhas ganham espaço em SC com preços diferenciados. **NSC Total**, 2012. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/ovelhas-ganham-espaco-em-sc-com-precos-diferenciados> . Acesso em: 16 de outubro de 2019.

OTTO DE SÁ,C. & SÁ,J.L. História dos Ovinos. **CRISA - Desenvolvimento em Pecuária Ovina**. Disponível em: <http://www.crisa.vet.br/historia.htm>. Acesso em: 29 de setembro de 2019.

PORTAL DA EDUCAÇÃO. Histórico da Ovinocultura Brasileira. **Portal da Educação**, 2013. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/veterinaria/historico-da-ovinocultura-brasileira/34662> . Acesso em: 08 de outubro de 2019.

ROCHA, A., Ovinocultura: caminho aberto para expansão no mercado. **Animal Business Brasil**, 2018. Disponível em: <https://animalbusiness.com.br/producao-animal/criacao-animal/ovinocultura-caminho-aberto-para-expansao-no-mercado/> . Acesso em: 08 de outubro de 2019.

ROSA, F., EMBRAPA – EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. Pesquisa mostra que 12% dos brasileiros nunca comeram Carne Ovina. **Embrapa**, 2018. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/34766692/pesquisa-mostra-que-12-dos-brasileiros-nunca-comeram-carne-ovina> . Acesso em: 17 de outubro de 2019.

SILVEIRA, H.S., SENNA, A.J.T., CÉSAR, C., PEDROZO, E.A., GOMES, T.C.L., A coordenação da cadeia produtiva da ovinocultura como instrumento para o desenvolvimento regional: O caso da iniciativa local do cordeiro Herval *premium*. **II Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional Mestrado e Doutorado Santa Cruz do Sul, RS – Brasil - 28 setembro a 01 de outubro**. Disponível em: <https://www.unisc.br/site/sidr/2004/sustentabilidade/06.pdf>.> Acesso em: 20 de outubro de 2019.

SORIO, A., RASSI, L., A Carne Ovina e o Abate Clandestino: Quais são as Causas da Informalidade. **FarmPoint**, 2011. Disponível em: <http://www.farmpoint.com.br/cadeia-produtiva/espaco-aberto/a-carne-ovina-e-o-abate-clandestino-quais-sao-as-causas-da-informalidade-70459n.aspx> . Acesso em: 13 de outubro de 2019.

SORIO, A., RASSI, L., Ovinocultura e Abate Clandestino: Um Problema Fiscal ou Uma Solução de Mercado? **Revista de Política Agrícola – A**

Embrapa, 2010. Disponível em: <https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/336> . Acesso em: 10 de outubro de 2019.

TIPA, D.F., Ovinos em Foco: Situação da Ovinocultura no Brasil. **Folha Agrícola – O Jornal do Agronegócio do Paraná**, Artigo, 2016. Disponível em: <http://folhaagricola.com.br/artigo/ovinos-em-foco-situacao-da-ovinicultura-no-brasil-1> . Acesso em: 05 de outubro de 2019.

VIANA, J.G.A. Panorama Geral da Ovinocultura no Mundo e no Brasil. **Revista Ovinos**, Ano 4, N° 12, Porto Alegre, Março de 2008. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Joao_Viana7/publication/228460370_Panorama_geral_da_ovinicultura_no_mundo_e_no_Brasil/links/5614495808ae983c1b406e66/Panorama-geral-da-ovinicultura-no-mundo-e-no-Brasil.pdf> Acesso em: 29 de setembro de 2019.

10. APÊNDICE

Idade do produtor?

54 – 52 – 22 – 37 – 29 – 5

Quais atividades realiza?

Cria, cria e engorda de ovinos

Gerente

Abate de ovinos

Atividades no Frigorífico

Médico Veterinário e Produtor

Médico Veterinário

Quanto tempo realiza a atividade?

3 anos – 1 voto
13 anos – 1 voto
20 anos – 2 votos
21 anos – 1 voto
30 anos – 1 voto

Qual localidade?

Guatambú – SC
Guatambú – SC
Chapecó - SC
Irani – SC
Iomerê – SC
Maravilha – SC

Faz parte de associação? Se sim, qual?

Núcleo Regional de Criadores.
Não.
Não.
SABORENSE.
ACCO, ABCHD, ABCCC.
Núcleo de Ovinocultores de Maravilha – NOVIMAR.

Recebe alguma assistência técnica? Se sim, qual?

Não.
Não.
SENAR.
Não.
Sebrai.
Sim.

Maiores dificuldades enfrentadas?

Falta de assistência técnica especializada.

Concorrência desleal do abate clandestino e do comércio sem certificação.

Baixa margem de lucro e dificuldade de manter o giro.

Altos custos de produção e margens líquidas apertadas.

Perdas por verminose.

Aquisição de vermífugos eficazes, compra de matrizes de qualidade, custo do abate dos animais nos abatedouros particulares.

Tipos de comercialização:

Animais vivos – 2 votos

Cortes congelados – 4 votos

Cortes resfriados – 5 votos

Subprodutos – 3 votos

Outros – 2 votos

Canais de comercialização:

Supermercados – 5 votos

Açougues – 5 votos

Produtores/Empresas/Frigoríficos – 2 votos

Vendas na propriedade – 2 votos

Outros – 1 voto

Possui Abatedouro Frigorífico?

Sim – 3 votos

Não – 3 votos

Há interesse de continuar na atividade ou expandir o negócio? Se sim, por qual motivo?

Sim. Grande potencial e para suprir a demanda carente.

Sim. Por reconhecer o potencial do comércio de ovinos no Brasil.

Sim. Acredito no potencial da ovinocultura brasileira.

Sim. Por me identificar com o setor e conhece-lo muito bem.

Sim. Pois é um negócio rentável.

Sim. Com a venda de animais.