

## NOTA CIENTÍFICA

### PONTOS FRACOS E FORTES, OPORTUNIDADES E AMEAÇAS PARA A OVINOCULTURA NO ESTADO DE SÃO PAULO<sup>1</sup>

FRANCISCO ARMANDO DE AZEVEDO SOUZA<sup>2</sup>, MARCOS AURÉLIO LOPES<sup>3</sup>, FABIANA ALVES DEMEUI<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Recebido para publicação em 25/09/09. Aceito para publicação em 28/12/09.

<sup>2</sup>Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP), Campus Luiz Meneghel, Caixa postal 261, CEP 86360-000, Bandeirantes, PR, Brasil. Bolsista CNPq. Email: [franciscoaasouza@hotmail.com](mailto:franciscoaasouza@hotmail.com)

<sup>3</sup>Departamento de Medicina Veterinária, Universidade Federal de Lavras (UFLA) Caixa postal 3037, CEP 37200-000, Lavras, MG, Brasil. Bolsista do CNPq.

<sup>4</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciências Veterinárias, UFLA, Caixa postal 3037, CEP 37200-000, Lavras, MG, Brasil. Bolsista da CAPES.

**RESUMO:** O objetivo desta pesquisa foi identificar os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças da ovinocultura paulista e, a partir destes conhecimentos, proporem estratégias de curto, médio e longo prazo, a fim de que ela se estabeleça no agronegócio paulista. Utilizou-se um questionário qualitativo semiestruturado contendo cinco questões, aplicados em abril de 2005. Foram analisadas as respostas de 48 questionários respondidos por três varejistas, três produtores, 14 técnicos criadores (agrônomos, médicos veterinários e zootecnistas) e 28 técnicos (agrônomos, médicos veterinários e zootecnistas) atuantes na área da ovinocultura. A análise dos pontos fortes e fracos, das ameaças, oportunidades e desafios para o estabelecimento da ovinocultura paulista, mostrou haver falta de coordenação entre os elos da cadeia produtiva. A câmara setorial da ovinocultura paulista deve chamar para si a responsabilidade de coordenar e arbitrar, quando houver necessidade, todos os elos da cadeia produtiva.

**Palavras-chave:** agronegócio, ovinos, sistemas de produção

#### *FAVORABLE AND UNFAVORABLE POINTS, OPPORTUNITIES AND THREATS TO SHEEP PRODUCTION IN THE STATE OF SÃO PAULO*

**ABSTRACT:** The objective of this work was to identify the strong points, weak points, opportunities and the threats of Sao Paulo's sheep production and from this knowledge, to propose short, medium and long term strategies in order that it establishes adequately in the Sao Paulo agribusiness. A qualitative, semi-structured questionnaire containing five questions was utilized, applied in April of 2005. The answers of 48 questionnaires answered by three retail dealers, three raisers, 14 raising technicians (agronomists, veterinary physicians, animal scientists) and 28 technicians (agronomists, veterinary physicians, animal scientists) acting in the area of sheep production were analyzed. As to the strong points, weak points, threats and opportunities and challenges to the establishment of Sao Paulo sheep production, the results showed that there is a lack of coordination among links of the productive chain. The sectorial camera of the sheep production from Sao Paulo should take the responsibility of the coordination and to arbitrate, when is needed, all the links of the ovine chain production.

**Key words:** agribusiness, sheep, production systems

## INTRODUÇÃO

A produção mundial de carne ovina girou em torno de 8,89 milhões de toneladas em 2007 sendo o mercado internacional abastecido pelos países do Mercado Comum Europeu, Austrália e Nova Zelândia, onde existem sistemas de produção e comercialização especializados e de onde são enviadas para o comércio exterior carcaças de categorias jovens (cordeiros) em sua grande maioria (FAO). O Brasil, como produtor de carne ovina, alcançou o patamar de 4,7 mil toneladas com o abate de aproximadamente 294 mil cabeças. (MAPA)

O rebanho ovino está estacionado no mesmo patamar de 1995, quase 14 milhões de cabeças. Apesar disso, é possível verificar aumentos significativos no rebanho de alguns estados, o que mostra um novo direcionamento geográfico da atividade. De acordo com o censo realizado em 2006, apenas a região sul apresentou redução do rebanho, da ordem de 35%. O Nordeste, detentor do maior rebanho do país, teve aumento de 15%. A região Norte apresentou aumento de 46%. O Centro-Oeste teve aumento de 40% no rebanho. A região Sudeste, por sua vez, apresentou maior crescimento relativo no período, de 76%. (ANUALPEC, 2008).

A ovinocultura brasileira está atravessando um acelerado processo de transformação em virtude da globalização da economia e formação do Mercosul. Outro fator a ser levado em consideração é que o aumento da competitividade nas cadeias das demais carnes, exigindo mais tecnologias e investimentos, tem despertado atenção dos produtores para outras criações estimulando a diversificação da produção nas fazendas.

No setor produtivo, as relações de troca têm passado por modificações profundas, de modo que o preço da carne passou a ser regido pela qualidade do produto. Assim sendo, o produtor brasileiro tem procurado adaptar-se a esta nova realidade, aperfeiçoando os sistemas de produção e aprimorando a qualidade, a quantidade e a entrega constante de cordeiros, principalmente para as grandes redes de distribuição de alimentos.

SOBRINHO (2002) observou que a intensificação da produção de ovinos e a introdução, especialmente no Estado de São Paulo, de sistemas de manejo intensivo, seja a pasto ou em confinamento, tendem a multiplicar os problemas, nessa etapa produtiva, do ponto

de vista econômico e produtivo. Além disso, com a mudança do "cardápio cultural", a carne ovina começa a fazer parte da mesa do consumidor brasileiro, principalmente no Estado de São Paulo. Segundo o autor, considerando-se que o consumo per capita de carne ovina no Estado de São Paulo é de aproximadamente 1,42 kg e que há na grande São Paulo 32 milhões de habitantes, seriam necessários 45.440.000 kg, o que corresponde a 3.786.700 cordeiros abatidos com 12 quilos. Essa simulação expõe a situação do mercado no Estado.

Embora o sistema produtivo cresça gradativamente, a falta de coordenação sistêmica em todos os elos da cadeia é evidente, não atendendo a demanda existente, levando a uma ociosidade dos abatedouros especializados no Estado de São Paulo. Adiciona-se a esse fato que as grandes redes de supermercados continuam a importar carne ovina de outros países ou mesmos de outros estados produtores, principalmente do Rio Grande do Sul, com o objetivo de manter o produto disponível para seus clientes.

Segundo SIQUEIRA (1990), o Brasil tem boas perspectivas para ser um grande produtor de lã e carne ovina, para os mercados interno e externo. Entretanto, não há uma eficiência para a comercialização dos produtos oriundos desta espécie, devido à desorganização do sistema produtivo. A produção do Rio Grande Sul, no caso específico da carne, não atende as necessidades dos grandes centros como São Paulo e Rio de Janeiro, mesmo sem uma adequada campanha para o aumento do consumo da carne ovina. Outro aspecto mencionado pelo autor é em relação ao preconceito existente entre os produtores, no tocante às condições climáticas para a criação de ovinos, onde muitos consideram que é uma espécie de regiões de climas frios; fato não verdadeiro. Assim sendo, o ovinocultor do Estado de São Paulo, como o do Centro-Oeste, tem condições adequadas para implantar a ovinocultura em seus estados. Porém, fatores como falta de tradição, estrutura de apoio, sobretudo com relação à orientação técnica e comercialização da produção dificultam o seu desenvolvimento.

De acordo com o ANUALPEC (2006) o consumo per capita de carnes no Brasil é de 73,3 kg, sendo 33,6 kg de carne bovina, 11,7 kg de carne suína e 33,0 kg de carne de frango, não havendo, neste anuário, especificações sobre o consumo da carne ovina. Por outro lado, COUTO (2001) afirmou que o consumo per capita de ovinos é de 0,7 kg/ano, enquanto que ZEOLA

*et al.* (2006) relatou consumo em torno de 800g/ano e SOBRINHO (2002) informou que o consumo de carne ovina no Brasil não passa de 30 g, excetuando-se o do Estado do Rio Grande do Sul e algumas regiões do nordeste, enquanto que na Nova Zelândia e Austrália o consumo é de aproximadamente 20 kg/pessoa/ano. Por outro lado DIESEL (2007) estimou haver um consumo de carne ovina no Brasil, por pessoa/ano, de 832,3 g, contra uma oferta interna de 738,4 g, gerando uma diferença de -93,9g/pessoa/ano.

Com a expansão da criação de ovinos para outras regiões do país, vários produtores de bovinos de corte do Centro-Oeste estão incorporando a exploração de ovinos aos sistemas de produção. As perspectivas do mercado interno são por demais alentadoras, pois o rebanho nacional não atende sequer as necessidades do mercado do Estado de São Paulo, que para tornar-se autossustentável necessitaria de 28 milhões de animais (O BERRO, 2004).

Uma fatia considerável do mercado interno de carne ovina vem sendo suprida pelo produto importado da Argentina, Uruguai e da Nova Zelândia e que somente será deslocada a partir da organização e gestão da cadeia produtiva, tendo como foco o consumidor final e isso contribuirá para o desenvolvimento e crescimento do setor. No entanto, a curto e médio prazo existem muitos desafios a serem superados, tais como a organização e a gestão da unidade produtiva com uma visão sistêmica, a transformação do perfil do produtor, a qualificação da mão-de-obra, dentre outros.

O objetivo desta pesquisa foi identificar os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças da ovinocultura paulista e, a partir destes conhecimentos, propor estratégias de curto, médio e longo prazos, a fim de que ela se estabeleça adequadamente no agronegócio paulista.

## MATERIAL E MÉTODOS

Este trabalho consistiu em uma pesquisa realizada junto aos diferentes atores da cadeia produtiva da ovinocultura paulista: antes da porteira (fornecedores de insumos, cooperativas), dentro da porteira (produtores de ovinos) e depois da porteira (abatedouros, butiques de carne, entrepostos e principalmente supermercados). Utilizou-se um questionário qualitativo semi-estruturado com questões para atender os objetivos do trabalho. (Anexo 1)

Foram distribuídos, aleatoriamente, 267 questionários, sendo que 227 distribuídos pessoalmente durante um evento sobre ovinocultura realizado na Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia- UNESP-Botucatu, SP, em abril de 2005, outros 28 foram enviados via correio eletrônico e outros 12, via correio, para empresas envolvidas na produção ou comercialização de ovinos.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos 267 questionários enviados, apenas 48 (17,98%) foram respondidos, o que demonstrou desinteresse enorme por parte dos diferentes elos da cadeia produtiva. Vale salientar que somente um técnico da Associação Paulista de Criadores de Ovinos (ASPACO) colaborou com a pesquisa. Após a análise das informações e tabulação dos dados, pode-se verificar que responderam ao questionário 20 criadores, sendo três (6,25%) varejistas criadores (butiques de carnes), 14 (29,17%) técnicos e que eram também criadores (agrônomos, médicos veterinários, zootecnistas), três (6,25%) criadores, além de 28 (58,3%) técnicos atuantes na área (agrônomos, médicos veterinários, zootecnistas). Somente três criadores tiveram interesse em responder o questionário. Mas, por outro lado, o número de profissionais atuantes na área de produção animal e ao mesmo tempo criadores foi relevante (Tabela 1).

**Tabela 1. Número de questionários e seus respectivos percentuais de acordo com o tipo de criador**

Entrevistados	Número de entrevistados	Percentual (%)
Criador varejista	3	6,25
Técnicos Criadores	14	29
Criador	3	6,25
Técnicos da área	28	58,3

### Pontos favoráveis (Pontos Fortes) ao desenvolvimento da ovinocultura paulista

Foram apresentados oito pontos para os entrevistados concordarem com a afirmativa ou não. Os resultados compilados foram, percentualmente, os seguintes:

Quando perguntados se o aproveitamento da propriedade para diferentes usos aumentaria a rentabilidade do sistema, 87,50% responderam que sim, ape-

nas 6,25% responderam que não e outros três (6,25%) não responderam.

A maior parte dos produtores entrevistados, 79,17%, concorda que o Estado de São Paulo possui clima favorável, propriedades pequenas, insumos de baixo custo e rebanho geneticamente melhorado. No entanto, 21,83% discordam que esses aspectos seriam vantagens competitivas e comparativas para o desenvolvimento da ovinocultura paulista.

A maioria dos entrevistados (85,42%) concorda que os diferentes sistemas de produção existentes no estado facilitariam a expansão da ovinocultura. Somente 15,58% não concordam com esta vantagem competitiva.

A maior parte dos consultados, 79,00%, considera que o Estado de São Paulo tem uma demanda elevada e crescente para a carne ovina. Porém, 21,00% alegam desconhecer o mercado.

Apesar de a Grande São Paulo ser considerada uma megalópole, 36,00% das pessoas não acreditam que esta região detenha o maior mercado consumidor da América Latina, enquanto 64,00% dos entrevistados concordam com a alternativa, o que facilitaria a difusão do hábito de consumo da carne ovina.

Quanto à facilidade para a obtenção de informações através de associações, faculdades, institutos de pesquisas, Secretaria da Agricultura, Embrapa e outros 83,33% responderam afirmativamente ser essa vantagem extremamente promissora para o desenvolvimento da ovinocultura paulista. Entretanto, 8,33% dos entrevistados não concordam com essa afirmativa.

Quando perguntado se haveria uma concorrência elevada para a colocação dos produtos derivados da ovinocultura no mercado paulista, 49,00% dos entrevistados disseram que sim. Porém, 51,00% discordaram.

Solicitou-se aos entrevistados que apontassem outros pontos favoráveis para que a ovinocultura paulista se estabeleça como uma cadeia produtiva organizada. Os mais citados foram:

√ O Estado de São Paulo possui investidores potenciais para alavancar a atividade;

√ A associação do clima favorável para exploração da ovinocultura com o ciclo rápido da espécie ovina;

√ O alto poder aquisitivo da população em comparação com outras áreas do país, aliado ao baixo custo operacional, no que se refere à aquisição dos animais para se iniciar na atividade e o apoio de institutos de pesquisa e extensão, constituem vantagens competitivas e comparativas em relação às demais regiões do país;

√ As parcerias com os órgãos públicos e a iniciativa privada, já existentes, proporcionam um ganho para a comercialização dos produtos oriundos da cadeia produtiva da ovinocultura;

√ O alto poder aquisitivo da população tornaria o preço de comercialização mais atrativo, principalmente com a agregação de valor com cortes e marcas, como a do cordeiro verde, citada por alguns criadores;

√ O Estado de São Paulo já dispõe de técnicos com bom conhecimento na área, bem como de associações de criadores sólidas;

√ A infraestrutura do Estado permite uma melhor organização da cadeia produtiva, principalmente quanto à logística. A organização política do Estado, os sistemas de comercialização modernos e seguros são pontos favoráveis ao desenvolvimento sistêmico da cadeia produtiva da ovinocultura;

√ Os profissionais atuantes afirmaram que já há no Estado uma alta produtividade/área;

√ Existe uma baixa ocupação das fazendas com a atividade, o que pode ser uma oportunidade para a expansão da ovinocultura paulista;

√ A existência de crédito disponível para o início da atividade.

Outro aspecto relevante foi que 85,42 % das pessoas afirmaram que o Estado de São Paulo tem condições favoráveis para o desenvolvimento da ovinocultura, enquanto 14,58 % dos entrevistados não acreditam que o estado tenha potencial para a ativi-

dade. Quanto à questão de mercado 64,58% das pessoas que participaram da pesquisa acreditam que o estado seria o grande mercado consumidor da América Latina, mas 35,42% dos entrevistados alegaram desconhecimento do assunto e/ou que não há uma demanda elevada para o consumo de carne ovina.

Esta análise permitiu verificar alguns aspectos importantes entre os diferentes agentes da cadeia produtiva: a assimetria das informações, principalmente naquelas referentes a mercado, demandas reprimidas, bem como a despreocupação de tratar a ovinocultura como um negócio e que há, ao que tudo indica ausência de planejamento estratégico. Deve-se salientar que somente a capital paulista com 19.899.559 habitantes, é considerada o maior centro urbano do Brasil e a sexta maior área urbana do mundo. Quando se considera as regiões metropolitanas, como Campinas, Baixada Santista, São José dos Campos, Sorocaba e Jundiaí - o chamado Complexo Metropolitano Extendido - a população total dessas áreas somadas à da capital, ultrapassa 29 milhões de habitantes, aproximadamente 75% da população do estado inteiro. Ainda mais, as regiões metropolitanas de Campinas e de São Paulo já formam a primeira macrometrópole do hemisfério sul, unindo 65 municípios que juntas abrigam 12% da população da brasileira. (Wikipédia)

#### **Pontos fracos que podem prejudicar o desenvolvimento da ovinocultura paulista**

Quando perguntado se a demanda sazonal, em razão da reprodução da espécie, na maioria das vezes ocorrer em determinada época do ano, seria um ponto fraco para o desenvolvimento da ovinocultura, 63,00% afirmou que sim. Por outro lado, 37,00% acreditam que esse fator seria diluído ao longo no tempo com ações de marketing e propaganda.

A maior parte, 89,58%, considera que a carga tributária, as leis trabalhistas e as leis ambientais rígidas, seriam as responsáveis pelo abate clandestino e outras fraudes. Porém, 10,41% não acredita serem estas causas relevantes para o abate clandestino, mas sim o preço pago pelos frigoríficos.

A maioria dos entrevistados, 85,41%, acredita que a baixa agregação de valor, a má utilização do couro ou da lã, das vísceras e a falta de tipificação de carcaças seriam pontos frágeis da cadeia produtiva dos ovinos. Porém, 14,59% discorda, alegando que o que importa na comercialização é somente a carne.

Para 85,41% a pulverização da atividade no Estado dificulta a coordenação entre todos os agentes da cadeia produtiva, levando à informalidade da atividade. Apenas 14,59% dos entrevistados não acreditam ser esse fato relevante.

A grande maioria dos entrevistados, 90,66%, percebe que não há no sistema produtivo agentes de comercialização da carne de animais velhos ou descartados. Para 9,34% das pessoas a informalidade resolveria o problema.

Quando questionados se a escassez de crédito e juros elevados para as linhas existentes é considerada ponto fraco para o desenvolvimento da cadeia produtiva, 60,42% concordou, enquanto que 39,58% disse que são poucas as linhas de crédito, independentemente das taxas de juros cobradas, mas que procuram trabalhar com capital próprio.

Para 54,17% dos entrevistados um rebanho pequeno é considerado fator limitante para a expansão dos negócios enquanto 45,83% não acredita nessa limitação.

Dos entrevistados, 77,08% alegou não ter acesso à informação técnica. Tal fato é gravíssimo, e afeta o desenvolvimento da ovinocultura paulista. A falha na difusão de novas tecnologias não é percebida por 22,92% dos entrevistados.

Foram apresentados pelos participantes dessa pesquisa muitos outros pontos fracos que podem prejudicar o estabelecimento da ovinocultura paulista, dentre eles destacam-se os seguintes:

- √ A falta de mão-de-obra capacitada;
- √ O melhoramento genético insuficiente dos rebanhos, como a falta de teste de progênie dos reprodutores;
- √ A concorrência da carne importada do Uruguai e da Argentina a preços mais baixos que os praticados no mercado;
- √ A falta de padronização dos cortes e do peso da carcaça ideal para comercialização;
- √ A falta de marketing institucional, o qual poderia ser implantado e coordenado pelas cooperati-

vas, associações e demais organizações, com intuito de mostrar as vantagens competitivas e comparativas da criação de ovinos e do consumo da carne ovina;

√ A falta de circuitos de comercialização ou o emprego de alternativas para o aproveitamento dos animais velhos;

√ A falta de organização dos produtores voltados para produção comercial; independentemente da presença de grupos elitistas, focada no rebanho de elite;

√ Falta de centros de distribuição e comercialização de animais e dos produtos;

√ Baixo uso de tecnologias;

√ Grande número de rebanhos de elites e preços especulativos de reprodutores;

√ Poucos frigoríficos;

√ Alto custo para produção de animais de qualidade sem a contrapartida de preço de comercialização adequado. Preço cartelizado por frigoríficos e supermercados;

√ Falta de crédito;

√ Falta de técnicos especializados na área;

√ Falha da coordenação da informação; associações pouco atuantes;

√ Baixo hábito de consumo de carne e de derivados da carne ovina;

√ A atividade é secundária nas fazendas e o grau de profissionalismo dos produtores é baixo.

√ Muitos produtores inexperientes iniciando-se na atividade de forma inadequada;

√ Cadeia produtiva desorganizada no Estado;

√ Pouca disponibilidade de matrizes;

√ Poucos rebanhos comerciais;

√ Disponibilidade de tecnologia, mas com erros básicos de implantação, principalmente na nutrição;

√ Falta de controle sanitário.

Os resultados obtidos estão de acordo com LEITE *et al.* (2000) que afirmaram ser necessário o fortalecimento de toda a cadeia produtiva, visando à oferta de produtos de elevada qualidade e que satisfaçam as exigências do mercado consumidor. Para tanto, há necessidade de melhorar os sistemas de produção (seleção de raça, manejo, melhoramento genético, sanidade, reprodução); organizar a oferta de matéria-prima para atender as demandas de mercado durante o ano.

Destaca-se ainda a importância de existir uma Câmara Setorial da Ovinocultura Paulista junto a Secretaria da Agricultura que em nenhum momento foi citada pelos entrevistados. Esta Câmara, por sua vez, deve ser atuante, próxima da cadeia produtiva com o intuito de coordenar as ações e funcionar como uma câmara de arbitragem sempre que se fizer necessária à intermediação entre as partes envolvidas. Cabe a ela desenvolver ações junto às associações e cooperativas de produtores que facilitem as negociações em bloco, de forma a tornar a atividade atrativa e competitiva.

### **Ameaças ao desenvolvimento da ovinocultura paulista**

Quando perguntado se o Mercosul facilitaria a entrada de carne ovina com baixas tarifas, 58,33% dos entrevistados responderam que sim, enquanto que 41,67% responderam que não. Esse aspecto demonstra que o grupo como um todo não tem se inteirado das negociações internacionais, pois as barreiras sanitárias e tarifárias entre os estados brasileiros e outros países são consideradas ameaças para 54,16% dos entrevistados.

A maior parte dos entrevistados, 70,83%, considera que a sazonalidade da produção é um fator limitante à expansão dos negócios. Porém, 29,17% discordam, alegando que a utilização da raça Santa Inês evitaria essa ameaça.

O baixo poder de compra dos consumidores e a desigualdade da distribuição de renda são, para a grande maioria (75,00%), ameaças importantes a serem contornadas. Por outro lado, 25,00% acreditam que o preço não regularia o mercado.

Quando perguntado se a concentração da comercialização nas grandes redes varejistas, cartelizaria os preços pagos ao produtor, 72,91% dos entrevistados responderam que sim e apenas 20,83% responderam não temer esta possibilidade. Outros 6,26% não responderam a questão.

Para a maioria dos entrevistados, 77,08%, a falta de crédito, de assistência técnica e de abatedouros distribuídos estrategicamente pelo Estado são fatores limitantes para a expansão dos negócios. Porém, 22,92% acreditam que somente o mercado regional seria suficiente para se manter na atividade.

Quanto ao risco da entrada de capital estrangeiro na atividade, 85,42% não acreditam que esse fato possa afetar diretamente a sua atividade. Somente 14,58% dos entrevistados receiam a concorrência externa.

As outras ameaças ao estabelecimento da ovinocultura paulista, apontada pelos participantes foram as seguintes:

√ As informações descoordenadas dentro da cadeia produtiva e a entrada de novos criadores sem as informações adequadas e estrutura necessária;

√ A oferta de produtos de má qualidade e os atravessadores de outros estados;

√ A má utilização da raça Santa Inês por parte dos criadores, principalmente no que diz respeito ao padrão da carcaça a ser comercializada e à venda de animais velhos;

√ A escala de produção e o abate irregular não atendem a demanda;

√ A sazonalidade da produção;

√ O alto valor das terras paulistas inviabiliza a ovinocultura em pequena escala;

√ A cartelização da atividade;

√ A falta de controle sanitário;

√ A dificuldade de mudança do cardápio cultural da população.

Percebe-se pela análise dos resultados que não há

planejamento estratégico e de marketing para mitigar as ações de curto, médio e longo prazo na cadeia produtiva, tendo como objetivo que a carne ovina venha ser uma opção de consumo para o consumidor. Percebe-se também que a busca de rentabilidade fácil e imediata são entraves estabelecimento efetivo da ovinocultura paulista, principalmente pela entrada e saída muito rápidas de produtores da atividade. Por outro lado não é percebido pelos entrevistados que para ser viável o funcionamento de um abatedouro específico, há necessidade da oferta constante de animais adequados para o mercado, de forma que não haja ociosidade de mão-de-obra e da utilização das instalações a despeito de todos os encargos e obrigações necessárias para atender as legislações vigentes.

### Oportunidades para o desenvolvimento da ovinocultura paulista

Quando perguntado sobre qual seria a maior oportunidade para o crescimento da ovinocultura paulista, a maioria dos entrevistados (83,33%) citou que melhor distribuição de renda da população paulista, principalmente da paulistana, facilitaria a expansão do consumo interno. Somente oito (16,67%) responderam que não era importante essa possibilidade.

Descentralização geográfica da produção brasileira é para 81,25% dos entrevistados uma importante oportunidade de negócios futuros, para a venda de matrizes, reprodutores e também de carne. Por outro lado, apenas nove dos entrevistados (18,75%) estão satisfeitos com o mercado doméstico.

Dos entrevistados, 85,14% alegaram que o alto nível tecnológico existente no Estado de São Paulo seria uma grande vantagem competitiva, enquanto que somente seis (12,50%) não acharam que esse fato seja importante. Outros 2,08% não responderam a questão.

Para 93,75% dos entrevistados o Estado de São Paulo detém a melhor eficiência logística para o desenvolvimento da ovinocultura do país como: cooperativas e associações de produtores, câmaras frigoríficas, abatedouros regionais e a melhor malha rodoviária e energia elétrica. Somente três entrevistados (6,25%) não concordam com essa percepção.

O crescimento dos rebanhos de várias raças facilitaria, para 72,91% dos entrevistados, o desenvolvi-

mento da ovinocultura, sendo que para apenas 25,00% isso não é relevante. Por outro lado, 4,16% dos entrevistados não responderam a questão.

Houve percepção, pela grande maioria dos entrevistados (95,83%), de que aprender com outras cadeias produtivas como frango, suíno e leite e realizar marketing institucional da carne ovina seriam estratégias viáveis e rápidas para programar a ovinocultura no Estado.

Reforçando a afirmativa anterior, quando perguntado se parcerias com redes de supermercados, via cooperativa e associações seriam alternativas interessantes para assegurar a comercialização, 89,58% dos entrevistados responderam que sim. Porém, 10,42% discordaram alegando que estão satisfeitos.

As outras oportunidades assinaladas pelos participantes foram as seguintes:

√ A proximidade de grandes centros consumidores, incluindo as grandes cidades do interior paulista com grande poder aquisitivo da população;

√ A rápida resposta de ações de marketing bem feitas;

√ A possibilidade de acelerar a mudança de hábito alimentar do paulista e principalmente do paulistano;

√ A possibilidade estratégica de colocar a carne ovina, principalmente na forma de hambúrguer, na merenda escolar. Iniciar a produção de derivados, como hambúrgueres, linguiça, defumados e outros;

√ Agregar valor aos cortes da carne ovina e possibilidade de oferecer pratos semielaborados nas grandes redes de supermercados, principalmente na grande São Paulo;

√ Explorar os nichos de mercados com maior poder aquisitivo da população paulistana;

√ Parcerias com redes de supermercados, associações e cooperativas de produtores;

√ Com a tecnologia disponível no Estado, produzir carne mais barata e com qualidade superior à carne do Uruguai e da Argentina;

√ Minimizar a sazonalidade da produção;

√ Utilização da ovinocultura com a fruticultura e a cafeicultura.

Segundo a afirmação de HOLANDA JÚNIOR e SILVA (2004) a existência de diferentes consumidores abre possibilidades, a exemplo de outros produtos agropecuários, para estabelecimento de diferentes tipos de mercados que se diferenciam tanto pelo destino final do produto, como pelo volume, a qualidade e a forma de organização dos atores da distribuição. Segundo ainda o autor, os tipos de mercados seriam: (a) mercado local, representado pelas cidades ao redor das zonas de produção; (b) mercado regional, que compreende as cidades de pequeno, médio e grande porte, inclusive capitais; (c) mercado extraregional ou nacional, constituído pelos maiores centros consumidores do Brasil localizados na região Sudeste; e pelo mercado internacional.

Ao analisar as respostas dos participantes pode-se constatar que há uma percepção dessas oportunidades, mas há uma nítida falta de coordenação das atividades dentro da cadeia produtiva. Não há metas bem definida até por parte daqueles que se dizem coordenadores da atividade dentro do Estado, como associações, cooperativas ou até mesmo o governo.

A melhoria da renda da população brasileira, e, especialmente, a redução da desigualdade de sua distribuição poderá ser responsável pelo aumento da demanda de alimentos básicos com garantia de qualidade. Nesse contexto, deve-se ressaltar que as oportunidades mercadológicas devem ser acompanhadas de mecanismos que integrem os sistemas produtivos conduzidos por pequenos e médios empreendedores rurais, ao mesmo tempo em que facilitem o acesso da população às carnes em geral (KEPLER, 2004). Portanto, os coordenadores da atividade dentro do Estado, através da Câmara Setorial, precisam se preocupar em assimilar e disseminar todas as informações e coordená-las, para dessa forma manter a cadeia produtiva da ovinocultura paulista integrada.

### **Desafios para o estabelecimento da ovinocultura paulista**

De acordo com os entrevistados, alguns desafios para o estabelecimento da ovinocultura paulista são:

√ Garantir o preço mínimo ao produtor e a clas-



sificação de carcaças para melhorar o preço, atendendo a expectativa do produtor; padronização de cortes para facilitar a percepção do consumidor final;

√ Profissionalizar o produtor na atividade; fomentar a ovinocultura dentro do agronegócio paulista;

√ Realizar um marketing institucional agressivo, fortalecendo a mudança do cardápio cultural de forma rápida;

√ Adequar a logística de distribuição da carne ovina por todo o Estado, principalmente, próximo dos grandes centros urbanos;

√ Melhorar a assistência técnica e a extensão rural;

√ Implantar um programa de melhoramento genético dos rebanhos;

√ Organizar a cadeia produtiva para baixar o custo de produção e o preço ao consumidor;

√ Promover compras de insumos, de animais e de alimentos em grupos de produtores, principalmente para os médios e pequenos produtores;

√ Inserir a ovinocultura como uma opção para os agricultores familiares;

√ Fomentar a ovinocultura paulista, aumentando o número de produtores comerciais e não de criadores especuladores;

√ Aumentar a oferta de carne ovina e derivados durante o ano todo, com qualidade;

√ Aperfeiçoar a comercialização da carne de animais descartados e o processamento de carnes pelos frigoríficos e cooperativas;

√ Colocar a carne ovina na merenda escolar;

√ Desenvolver a educação continuada para todos os elos dessa cadeia;

√ Conscientizar os produtores a vender para os frigoríficos, diminuindo o abate clandestino e dar

destinação de forma adequada à pele, lã e vísceras;

√ Fiscalizar o abate clandestino;

√ Implantar um manejo sanitário adequado;

√ Aumentar o número de rebanhos comerciais e o número de animais nos rebanhos;

√ Evitar o modismo e o crescimento exagerado dos criadores de rebanhos de elite;

√ Aumentar o aproveitamento da lã, do couro e das vísceras.

Todo esse processo de mudança de comportamento e visão somente será alcançado com um programa de educação continuada através da extensão e assistência técnica, realizado junto aos produtores organizados em cooperativas e associações. A organização da comercialização e a modernização dos abates e processamento são pontos importantes a serem trabalhados, uma vez que 97% dos abates ocorrem na clandestinidade (SIMPLÍCIO *et al.* 2003).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o fortalecimento de toda a cadeia produtiva da ovinocultura, visando à oferta de produtos de elevada qualidade e que satisfaçam as exigências do mercado consumidor, há necessidade de: melhorar os sistemas de produção (seleção de raças, manejo, melhoramento genético, sanidade, reprodução); organizar a oferta de matéria-prima para atender as demandas de mercado, incluindo a agroindústria; promover a comercialização de produtos no mercado (marketing); e desenvolver associações de produtores para facilitar as negociações em bloco, de forma a tornar a atividade atrativa e competitiva (LEITE *et al.*, 2000).

Com a mudança do "cardápio cultural" a carne ovina começa a fazer parte da mesa do consumidor brasileiro, principalmente no Estado de São Paulo. Por outro lado, a ovinocultura paulista vem sofrendo profundas mudanças a fim de atender esse consumidor final, cada vez mais exigente e ávido por consumir novidades, objetivando fortalecer a cadeia produtiva no estado. Para tanto, todos os elos desta cadeia devem estar sintonizados e organizados. Diante desse quadro, como estratégia de curto prazo, a ovinocultura para se integrar dentro do agronegócio

paulista deverá ter as suas ações coordenadas pela câmara setorial da ovinocultura paulista, em toda a cadeia produtiva. A câmara setorial da ovinocultura paulista, deve chamar para si a responsabilidade de coordenar e arbitrar, quando houver necessidade, todos os elos da cadeia produtiva da ovinocultura paulista. Deverá também monitorar, no médio e longo prazo, as ações juntos às universidades, aos institutos de pesquisa, às associações, às cooperativas, ao setor atacadista e varejista com o intuito de coordenar as informações entre os elos da cadeia produtiva, com missão de atender adequadamente os consumidores. Assim pode-se melhorar a interação entre os seus componentes, bem como consolidar o segmento de pesquisa e desenvolvimento como um dos mais importantes para sua sustentação. O planejamento estratégico de marketing deve ser utilizado como ferramenta que, associada às outras estratégias de curto, médio e longo prazo, facilitará a percepção dos consumidores das vantagens em consumir carne ovina e assim consolidar a cadeia produtiva da ovinocultura paulista. É nessa ótica, ou seja, sob influência das diversas variáveis existentes e forças externas que a cadeia produtiva se estabelecerá.

A ovinocultura já dispõe de um indiscutível volume de conhecimentos e tecnologias geradas e/ou adaptadas, capazes de produzir um impacto substancial na produção. No entanto é importante diminuir o abismo existente entre o conhecimento gerado nas universidades e institutos de pesquisa de forma que os produtores tenham acesso às informações. As associações e cooperativas deverão atuar com perfil de administração profissional, sem corporativismos, com poder de negociação e balizadas pela câmara setorial da ovinocultura. Como as demais cadeias produtivas, ela deverá ser uma exploração zootécnica ambientalmente correta e socialmente justa, caso contrário será um modismo passageiro.

A atividade deverá perceber, a médio e longo prazo, que o trinômio saúde, ambiente e preço sempre balizará a escolha do consumidor final, com tendência clara para segurança alimentar e não atribuir somente ao marketing a responsabilidade pelo sucesso da atividade.

Todas estas atitudes deverão ser tomadas com uma visão holística e com enfoque sistêmico para que se estabeleçam atividades bem estruturadas e competitivas. A prática da integração permitirá maior competitividade, ampliando mercados e agregando valor ao produto final e desta forma atendendo os

anseios e desejos do consumidor. O grande desafio da ovinocultura paulista é estabelecer-se através de produtos de melhor qualidade, de menores preços e com visão de mercado. KEPLER (2004) informou que, em ambiente de competição como o atual, ficam fortalecidas as demandas por ciência, tecnologia e inovação, uma vez que esses são os únicos instrumentos capazes de promover transformações, sendo imprescindíveis à manutenção das atividades produtivas, além de fazer delas importante componente do desenvolvimento social e da inserção e/ou fortalecimento do país no mercado internacional.

Pelos resultados apresentados pode-se observar que há uma nítida percepção pelos agentes da cadeia dos pontos de estrangulamento do negócio da carne ovina. No entanto, o sucesso de qualquer cadeia produtiva depende do grau de organização interna. Quando há correta e permanente coordenação das informações, as necessidades são facilmente percebidas e, como consequência, novas tecnologias são geradas, as quais permitirão agregar valor ao produto final.

## ANEXO 1

1. Os pontos fortes para o desenvolvimento da ovinocultura paulista, assinalando sim ou não:

a- O aproveitamento da propriedade rural para diferentes usos, aumenta a rentabilidade?

b- O Estado de São Paulo possui clima favorável, propriedades pequenas, insumos de baixo custo e rebanho geneticamente melhorado?

c- Diferentes sistemas de produção?

d- Demanda elevada para a carne ovina?

e- Detém o maior mercado consumidor da América Latina?

f- Facilidade para a obtenção de informações através de associações, faculdades, institutos de pesquisas, Secretaria da Agricultura, Embrapa e outros?

g- Concorrência elevada?

h- Cite outros pontos fortes da ovinocultura paulista.

2. Os pontos fracos, que podem prejudicar o desenvolvimento da ovinocultura paulista, assinalando sim ou não:

a- demanda maior em algumas épocas dos ano?

b- informalidade e fraudes devido a carga tributária, leis trabalhistas, leis ambientais rígidas, abate clandestino?

c- baixa agregação de valor: má utilização da lã, pele e vísceras?

d- pulverização da atividade pelo estado, dificultando a coordenação entre os agentes da cadeia produtiva, levando à informalidade da atividade?

e- falta de padronização do produto: venda de animais velhos?

f- escassez de crédito e juros elevados para as linhas existentes?

g- rebanhos pequenos?

h- falha na difusão de tecnologias?

i- cite outros pontos fracos da ovinocultura paulista:

3. As ameaças ao desenvolvimento da ovinocultura paulista, assinalando sim ou não:

a- Mercosul- facilidade da entrada de carne ovina com baixas tarifas?

b- As barreiras sanitárias e tarifárias entre os estados brasileiros e outros países?

c- A sazonalidade da produção de carne ovina (escala de produção)?

d- O poder de compra do consumidor, desigualdade da distribuição de renda da população paulista?

e- A concentração da comercialização na grandes redes varejistas, cartelização dos preços pagos ao produtor?

f- A falta de crédito, de assistência técnica e de

abatedouros distribuídos estrategicamente pelo estado?

g- Entrada de capital estrangeiro na atividade?

h- Cite outras ameaças para o desenvolvimento da ovinocultura paulista.

4. As oportunidades para o desenvolvimento da ovinocultura paulista, assinalando sim ou não:

a- A melhoria da distribuição de renda da população facilitaria a expansão do consumo interno?

b- Descentralização geográfica da produção brasileira?

c- O alto nível tecnológico existente no Estado de São Paulo?

d- A melhor eficiência logística: cooperativas, associações de produtores, câmara frigoríficas, abatedouros regionais, melhores rodovias, expansão da eletrificação rural?

e- O crescimento e a diversificação de raças?

f- A possibilidade de aprendizado com outras cadeias produtivas como a do frango, a do suíno a do leite e realizar *marketing* institucional da carne ovina?

g- A parceria realizada com redes de supermercados via cooperativa e associações?

5- Assinale quais são os maiores desafios para o estabelecimento da ovinocultura paulista.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANUALPEC: *Anuário da Pecuária Brasileira*, São Paulo. FNP, 2000.

ANUALPEC: *Anuário da Pecuária Brasileira*, São Paulo. FNP, 2008. Ovinocultura - inventando o futuro, 2008.p. 288-289.

ANUALPEC: *Anuário da Pecuária Brasileira*, São Paulo. FNP, 2006. Suinocultura e outras criações, 2006.p. 255-294.

COUTO, F.A. d'A. Apresentação de dados sobre a importância econômica e social das palestras técnicas previstas no programa. In: REUNIÃO TÉCNICA "APOIO À CADEIA PRODUTIVA DA OVINO-CAPRINOCULTURA BRASILEIRA", 2001, Brasília. **Relatório final**. Brasília: CNPq, 2001. p.10-15.

DIESEL, W.R. Perspectivas econômicas da ovinocultura. In: SIMPÓSIO DE CAPRINOS E OVINOS DA E.V. UFMG, 2., 2007, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte, 2007. p.1-28.

FAO. Food and Agriculture Organization of the United Nations. FAOSTAT. Disponível em: <http://<faostat.fao.org>>. Acesso em: 01 de março de 2010.

HOLANDA JUNIOR, E.V.; SILVA, P.C.G. As "cadeias produtivas" e as tendências de consumo das carnes de caprino e ovino. <http://<www.caprtec.com.br/artigos-embrapa030624.htm>>. Acesso em 18/7/05.

KEPLER, E.F. O enfoque de cadeia produtiva como estratégia para a produção sustentável de carne bovina. REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA, 41, 2004, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande, 2004, CD-ROOM.

LEITE, E.R.; VASCONCELOS, H.E.M.; SIMPLÍCIO, A. A. Desenvolvimento tecnológico para o agronegócio da ovinocaprino-cultura. In: SEMINÁRIO NORDESTINO DE PECUÁRIA, 4., 2000, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Federação da Agricultura do Estado do Ceará, 2000. p.19-33.

MAPA. Ministério da agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de defesa Agropecuária - Serviço de

Inspeção Federal. Disponível em: [http://www.agricultura.gov.br/sigsifr\\_cons/lap\\_abate](http://www.agricultura.gov.br/sigsifr_cons/lap_abate). Acesso em 01 de março de 2010.

O BERRO. Cordeiro paulista: criadores investem em treinamento e manejo. **O Berro**, n.63, p.65-67, mar., 2004.

SIMPLÍCIO, A.A.; WANDER, A. E.; LEITE, E.R. A caprino-ovinocultura como alternativa para geração de emprego e renda. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE BUIATRIA, 11, 2003, Salvador. **Anais...** Salvador: Sociedade Latino-americana de Buiatria, 2003. p.146-147.

SIQUEIRA, E.R. Raças ovinas e sistemas de produção. In: PRODUÇÃO DE OVINOS, 1, 1990, Jaboticabal. **Anais...** Jaboticabal, 1990. p.1-25.

SOBRINHO, G.S. Aspectos quantitativos e qualitativos da produção de carne ovina. In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA, 39, 2002, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2002, CD-ROOM.

ZEOLA, N. M. B. L., SOUZA, P. A., SOUZA, H. B. A. SOBRINHO, A. G. da S., PELICANO, E. R. L. Parâmetros de qualidade de carne de cordeiros submetida aos processos de maturação e injeção de cloreto de cálcio. **Ciência rural**. v. 36, n. 5, p. 1558-1564, set-out, 2006. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/331/33136534.pdf>. Acesso em: 31/01/2008.

WIKIPÉDIA. São Paulo (cidade); Região Metropolitana de São Paulo. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiwi/S%C3%A3o\\_Paulo\\_\(cidade\)](http://pt.wikipedia.org/wiwi/S%C3%A3o_Paulo_(cidade)).