



---

## PRODUÇÃO DE CARNE OVINA COM FOCO NO CONSUMIDOR

---

Luis Gustavo Castro Alves<sup>1</sup>, José Carlos da Silveira Osório<sup>2</sup>, Alexandre Rodrigo Mendes Fernandes<sup>3</sup>, Hélio de Almeida Ricardo<sup>4</sup>, Camila Magalhães da Cunha<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Doutorando (a) em Ciência Animal, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, Paraná, Brasil (gustavo353@hotmail.com)

<sup>2</sup>Professor Visitante Nacional Sênior/CAPES/UFGD, Bolsista Produtividade CNPq, Dourados, Mato Grosso do Sul, Brasil

<sup>3</sup>Professor Doutor, Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, Mato Grosso do Sul, Brasil

<sup>4</sup>Bolsista de Pós-doutorado, PNPD Institucional CAPES/UFGD, Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, Mato Grosso do Sul, Brasil

**Recebido em: 12/04/2014 – Aprovado em: 27/05/2014 – Publicado em: 01/07/2014**

---

### RESUMO

A ovinocultura é uma importante atividade do agronegócio no Brasil, sua produção se estende pelo território nacional, sendo fonte de renda e subsistência. A abrangência na cadeia da carne é mais ampla, pois não deve discutir somente o mercado da carne isoladamente, sem saber e entender primeiramente o que produzir como produzir e para quem produzir. A partir desta ideia foi elaborada uma revisão com objetivo de avaliar as diretrizes da cadeia da ovinocultura de corte com informações obtidas em literatura desde a problemática do sistema produtivo até o escoamento da produção a fim de estabelecer ferramentas para atender um consumidor exigente com obtenção de um produto final com qualidade e acessível. O planejamento estratégico é requisito para o sucesso e deve ser feito para o curto, médio e longo prazo. Combater a informalidade é sinônimo de acabar com a “única cadeia produtiva” completamente estabelecida na ovinocultura, e sempre foi, o canal de escoamento para todos os produtos ovinos. A qualidade da carne ovina pode sofrer influencia da idade do animal, sexo, raça, nutrição, sistema de terminação (pasto ou confinamento), peso e condição corporal de abate. A carne de cordeiro é uma excelente fonte de proteínas, contendo aminoácidos essenciais, baixa concentração de lipídios e de gordura saturada. O sistema de produção da carne ovina no país será autossuficiente se houver as diretrizes bem esclarecidas quanto à quantidade e qualidade de seu produto final, através da profissionalização do ovinocultor, da indústria e com a mudança de hábito do consumidor.

**PALAVRAS-CHAVE:** cadeia da carne, cordeiro, desafios, metas, sistema de produção

### MEAT PRODUCTION IN SHEEP WITH FOCUS ON CONSUMER

#### ABSTRACT

The sheep industry is an important activity of agribusiness in Brazil, its production extending throughout the country, a source of income and subsistence. The

comprehensiveness in the beef chain is wider as it should not only discuss the meat alone, without first understanding what to produce, how to produce and for whom to produce. From this idea was elaborated a review to evaluate the guidelines of the sheep meat industry with information obtained in the literature since the problematic of the production system to the disposal of production to establish tool chain to meet a demanding consumer with obtaining a final product with quality and accessible. Strategic planning is requisite for success and should be done for the short, medium and long term. Combat informality is synonymous to end the "only productive chain" fully established in the sheep industry, and has always been the outlet for all sheep products. The quality of lamb meat may suffer influences the animal's age, gender, race, nutrition, finishing (feedlot or pasture) system, weight and body condition of slaughter. The lamb meat is an excellent source of protein, containing essential amino acids, low fat content and saturated fat. The production system of sheep meat in the country will be self-sufficient if the guidelines well informed as to the quantity and quality of your final product, through the professionalization of sheep farmers, the industry and the changing habits of consumers.

**KEYWORDS:** chain meat, challenges, goals, production system, lambs

## INTRODUÇÃO

O homem desde o início da civilização passou a eleger os animais para consumo, buscando nestes algo que relacionasse com o produto que mais lhe agradava. Neste sentido a cadeia da carne é complexa, antigamente buscava-se o "animal produtor de carne", posteriormente "uma carcaça pendurada no gancho", "um pedaço de carne na bandeja do supermercado" e no futuro, possivelmente, pelos "benefícios ao organismo" (OSÓRIO et al., 2012a).

A carne, porção comestível, está sendo cada vez mais valorizada em todos os seus aspectos e, principalmente, pela sua qualidade nutricional e funcional (BATISTA et al., 2013; OSÓRIO et al., 2013a). A crescente demanda por este nutriente essencial na alimentação diária é evidente, e em paralelo com esta necessidade crescente por este alimento, que segundo estimativas da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO, 2012) apontam que a população mundial possa chegar a 9,3 bilhões de pessoas em meados deste século e como consequência necessitará de aumento 70% da produção de alimentos e o Brasil deverá ser responsável por 40% deste montante. Entende-se que as cadeias produtoras de proteína animal no país terão papel fundamental em suprir uma parcela da alimentação da população mundial nos próximos anos (MAPA, 2013).

Em contrapartida, no mercado de carnes no Brasil, o consumo de carne ovina é considerado muito baixo. O consumo anual per capita de carne ovina no país é ao redor de 700 gramas, contra um consumo anual per capita de 39 kg de carne bovina, 44,5 kg carne de frango e 13 kg carne suína (ANUALPEC, 2011). Esta disparidade é resultado do empenho observado nas últimas décadas nestas cadeias mais eficientes, por meio da estruturação, tecnificação e ampliação de suas receitas, consequentemente, a cadeia da ovinocultura deve adotar estas lições para entrar nesta competição e aumentar a quantidade e qualidade da oferta de carne de animais jovens.

Por esta razão, a ovinocultura é uma importante atividade pecuária do Brasil e sua produção se estende pelo território nacional, sendo fonte de renda e subsistência, uma vez que, pesquisa realizada por HERMUCHE et al. (2012) e MARANHÃO (2013) sobre levantamento da dinâmica da produção de ovinos no

Brasil durante o período de 1976 a 2010 notou a consolidação do rebanho ovino nas regiões Nordeste e Sul do país e observou crescimento no rebanho ovino da região Centro-Oeste, além disso, existe mercado com grande potencial para consumo da carne ovina e de seus coprodutos (GERON et al., 2012).

Assim que a abrangência sobre a cadeia da carne é mais ampla, pois não deve discutir somente o mercado da carne isoladamente, sem saber e entender primeiramente o que produzir como produzir e para quem produzir. O ciclo de produção deve ser seguido por etapa, a fim de conhecer qual situação se enquadra ao sistema produtivo do ovinocultor. Em cada região do país, as raças, o solo, o clima e os alimentos disponíveis são muito diferentes, tornando-se difícil o estabelecimento de um único sistema de produção que atenda satisfatoriamente a todas as regiões produtoras.

A sazonalidade produtiva da atividade, a inexistência de um mercado constante, a exigência de uma oferta regular de animais, a necessidade de escala para comercialização e a busca por animais jovens por parte dos frigoríficos são dificuldades enfrentadas pelos produtores na comercialização de animais para abate via mercado (JORIS & VILPOUX, 2013; SORIO, 2013).

A partir desta ideia foi elaborada uma revisão com objetivo de avaliar as diretrizes da cadeia da ovinocultura de corte com informações obtidas em literatura desde a problemática do sistema produtivo até o escoamento da produção a fim de estabelecer ferramentas para atender um consumidor exigente com obtenção de um produto final de qualidade e acessível.

### **DINÂMICA DO CONSUMO DA CARNE OVINA NO BRASIL**

A produção mundial de carne ovina alcançou cerca de 13,7 milhões de toneladas em 2010, devendo chegar aos 23 milhões em 2020. Parte desta produção é exportada e, em conjunto com os demais produtos da ovinocultura, esta atividade movimenta cerca de US\$ 11 bilhões todos os anos.

Os países tradicionais na produção de carne ovina estão diminuindo seus rebanhos, por diversos motivos: Austrália, devido às secas constantes; Nova Zelândia, para aumentar o espaço para as vacas leiteiras; Europa, pela diminuição de subsídios; África do Sul, por uma crise generalizada na cadeia produtiva (SORIO, 2012).

Enquanto que o Brasil, segundo dados do IBGE oriundos da Pesquisa Pecuária Municipal (2011), é apontado entre os 20 maiores produtores mundiais de ovinos, representando 1,6% de todo rebanho mundial. O rebanho efetivo de ovinos em 2011 foi de 17,6 milhões de cabeças, a região Nordeste deteve o maior rebanho, 10,11 milhões de cabeças ovinas, a região Sul apresentou o segundo maior rebanho, 4,94 milhões de cabeças. A região Centro-Oeste apresentou o terceiro maior rebanho, 1,20 milhões de cabeças, seguida da região Sudeste 768.210 cabeça e da região Norte com 627.563 cabeças.

Sendo que o mercado da carne ovina no Brasil, mesmo com um consumo interno baixo em comparação aos demais tipos de carne, apresenta um excesso de demanda, determinando, assim, a necessidade de compra do produto no mercado externo. O Uruguai é praticamente o único fornecedor de carne ovina para o Brasil, para uma análise da representatividade do volume de carne ovina importado do Uruguai pelo Brasil, uma vez que, SORIO (2012) propôs o seguinte cálculo: supondo que o consumo per capita de carne ovina no Brasil fosse de 400 gramas, seria necessária uma produção de 76 mil toneladas, próximo ao nível de 80 mil toneladas

de produção de carne ovina no Brasil, para atender aos mais de 190 milhões de habitantes. Assim, a importação de 4,7 mil toneladas de carne ovina no ano de 2011 representaria 6% exigência do mercado nacional.

O nível de importação de carne ovina proveniente do Uruguai deve ser constantemente analisado, pois o destino mais frequente deste produto são os grandes centros consumidores das capitais brasileiras. Contudo, os dados revelam as oportunidades que a cadeia produtiva nacional encontra para o desenvolvimento deste mercado (SOUZA et al., 2012). Dessa forma, segundo BARCHET & FREITAS (2012) ganham espaço no mercado interno as importações de carne ovina, as quais se apresentam como uma ferramenta para equilibrar o mercado, além de possibilitar aos consumidores uma carne mais acessível em disponibilidade e preço.

Estudos realizados acerca do mercado consumidor de carne ovina no Brasil em relação às características e exigências do consumidor, destaca-se o de FIRRETI et al. (2013) que desenvolveram sobre preferência e satisfação quanto ao consumo e aquisição de carne ovina visando identificar padrões que possibilitem a criação de novas estratégias de comercialização nas cidades de Londrina e Maringá no estado do Paraná, e concluíram que há possibilidade de expansão ou aumento na frequência de consumo da carne desde que aspectos negativos, tais como disponibilidade e preço, sejam contornados.

Em levantamento semelhante, MARTINS et al. (2008) analisaram o perfil dos consumidores de carne ovina no estado de Alagoas e identificaram que 36% dos consumidores participantes da pesquisa possuem renda familiar superior a 10 salários mínimos, em geral possuem nível superior completo (48%) e compram carne ovina por ser saudável (26%) ou com o intuito de variar o cardápio na alimentação da família (19%).

SORIO et al. (2008) e MARIANI et al. (2011) observaram que no estado do Mato Grosso do Sul, mais de (90%) dos consumidores de Campo Grande já consumiram carne ovina. Em Dourados, se a carne ovina estivesse disponível no cardápio de bares e restaurantes (90%) dos indivíduos fariam consumo e foi à cidade que obteve maior percentual de respostas positivas em relação ao consumo da carne ovina no estado.

No Rio Grande do Sul, GONÇALVES et al. (2011), fizeram um teste de aceitação da carne de cordeiros provenientes do Alto Camaquã, com 100 consumidores durante a Expoiner, Esteio-RS, no estande da Embrapa, verificaram que 92% responderam após provar que comprariam carne de cordeiro e, em uma escala que vai de gostei muitíssimo a desgostei muitíssimo, 48% dos consumidores gostaram muito do produto. Quando solicitados a esses consumidores que identificassem qual característica da carne os fez gostar mais, 45% atribuíram a maciez e 36% ao sabor, demonstrando o grande potencial da carne de cordeiro do Alto Camaquã para o mercado.

MERCIO (2013) analisou através do comportamento do consumidor, o seu perfil e quais pistas de qualidade no processo da compra de carne ovina na cidade de Porto Alegre no estado do Rio Grande do Sul, e concluíram que a carne ovina possui maior tendência de ser consumida pelo sexo masculino, e preferencialmente é comprada por homens, além disso, os entrevistados se encontram dentro da faixa etária de 31 a 40 anos. A preferência entre as carnes consumidas à ordem foi em primeiro carne bovina, seguido da ovina, suína, peixe e frango. Quanto ao grau de concordância com as afirmativas relacionadas à carne ovina, é interessante notar o nível de concordância em relação ao sabor característico e ser nutritiva.

Contudo, os cortes e as quantidades de carnes consumidas em cada um destes mercados dependem do poder aquisitivo das populações, das tradições, dos costumes e da oferta de produtos (GIROTTI, 2013).

## **OS DESAFIOS DO CAMPO AO PRATO**

### **PLANEJAMENTO DA ATIVIDADE**

O comportamento da ovinocultura brasileira está intimamente relacionado à evolução do conhecimento e informação. Ao longo da história, estas características foram decisivas em diversos momentos para alavancar ou impedir o progresso da atividade (RAINERI et al., 2013).

Neste sentido, o planejamento estratégico é requisito para o sucesso e deve ser feito para o curto, médio e longo prazo, uma vez que, BARROS & FERNANDES (2011) afirmam que o mesmo deve ser utilizado tanto para grandes quanto pequenos empreendimentos rurais. SANTOS (2011) destaca realmente o planejamento da atividade como o passo inicial para que se atinja o alvo principal que é a estruturação da cadeia produtiva, qualquer negócio começa com um plano de negócios, pelo menos os de sucesso.

A viabilidade econômica do sistema de produção escolhido é a condição mais racional para que o produtor entre em determinada atividade, ou mesmo, permaneça nela. O primeiro passo importante é definir e caracterizar o sistema pretendido. É preciso a caracterização detalhada da propriedade, do rebanho e de todos os fatores envolvidos na exploração do sistema de produção. Definir os índices zootécnicos para o rebanho, conhecer a disponibilidade de capital para investir e, além disso, estar atualizado sobre os preços de mercado ao longo dos anos e as taxas aplicadas, é de extrema importância. Igualmente, é importante conhecer a vida útil das benfeitorias e dos equipamentos que são necessários para calcular a depreciação (DEMINICIS et al., 2008). Como é sabido, o sistema de produção afeta duas características quantitativas das carcaças da mais alta importância econômica que são o peso da carcaça e sua idade cronológica (COLOMER, 1986 e OSÓRIO et al., 2012b).

Os indicadores de desempenho devem ser vistos como ferramentas implementadoras e verificadoras do cumprimento de metas e objetivos, sinalizando o rumo que a organização está tomando (GUEDES et al., 2012). Não é suficiente conseguir bons resultados em apenas um elo da cadeia produtiva. Uma carcaça de cordeiro precoce, abatido com as melhores técnicas, pode ser comprometida se o transporte até o frigorífico não for bem efetuado. Da mesma maneira, não é suficiente que apenas alguns ovinocultores comprometam-se com a sanidade do rebanho, pois a existência de focos de doenças pode comprometer a imagem sanitária de toda uma região ou do país inteiro (SÓRIO 2013). O impacto e as possibilidades destas tendências no complexo da carne precisam ser antecipados para que se possa planejar a estratégia de intervenção.

ARGENTA et al. (2013) avaliaram a inovação como estratégia de produção e comercialização de carnes de ovinos e observaram mesmo com estabelecimento de um produto com padrão de qualidade, coloca-se a importância da realização de uma pesquisa de satisfação dos consumidores, possibilitando também, um melhor conhecimento de seus clientes. Para atender uma determinada necessidade, o ovinocultor precisará adotar métodos de gestão empresarial.

Contudo, alcançar os objetivos estratégicos na cadeia da carne permanece um grande desafio às organizações, todo este trabalho começa com o mais urgente dos desafios, a união dos ovinocultores. A comunicação entre as pessoas, trabalhar em conjunto, cooperar, contribuir, entre outras atividades se tornam difícil. Apesar de a atividade ser, sem dúvida, um ponto de amizade e troca de informações, pouco tem sido feito em termos de produção efetiva, reuniões técnicas objetivas com metas e prazos (SANTOS 2011).

Mas muitas são as iniciativas que partiram da comunicação e sistemas cooperados exitosos, por citar algum desses como exemplo: o Programa Cordeiro Herval Premium, o da Castrolanda, o Programa Cordeiro Paulista, entre outros.

### **INFORMALIDADE DA CADEIA**

De acordo com SAUL (2011) combater a informalidade é sinônimo de acabar com a “única cadeia produtiva” completamente estabelecida na ovinocultura, e sempre foi, o canal de escoamento para todos os produtos ovinos. O abate clandestino é um fator limitante à melhoria das relações contratuais entre a indústria e o varejo, já que ainda não resulta em marcas consolidadas nem em garantia sanitária ao consumidor.

Na falta de um mercado formal, esta dinâmica comercial não faz exigências do tipo carga fechada, peso ou idade, tem preços coerentes, pagando à vista e em dinheiro. A distribuição é feita em domicílio, pelos próprios produtores, o pequeno porte do animal favorece seu abate e seu transporte, o qual costuma ser feito sem as condições ideais de refrigeração. Até pouco tempo existiam poucas indústrias dedicadas ao abate de ovinos no Brasil, então, pelo abate clandestino que os produtores conseguiam escoar sua produção. Além de que existe uma tradição de autoconsumo de carne ovina nas propriedades rurais, o que estimula o aprendizado das técnicas de abate pelas populações rurais e a crença, entre os consumidores, de que a carne vinda diretamente do produtor é de melhor qualidade (SORIO & RASI 2010).

SOUZA et al. (2012) afirmaram que a carne clandestina representa um problema para o setor, uma vez que há falta de inspeção sanitária e padronização do produto final. A preferência, principalmente nas classes de baixa renda, por carne vermelha cortada e embalada na hora, na frente do consumidor, também confere certa vantagem ao mercado de carne informal. Na região Nordeste, a preferência é pela chamada carne quente vendida nas tradicionais feiras de rua, comuns a todas as cidades da região, inclusive nas capitais. Muitos consumidores exigem que o rabo e o casco do animal estejam junto à carcaça, como forma de garantia de procedência do animal (evitando, assim, comprar caprino por ovino, ou, em casos extremos, cachorro por ovino). Os produtos da informalidade abastecem também as classes de renda alta, as quais costumam utilizar o produto em situações festivas, isso ajuda a entender por que a prática está tão sedimentada na tradição de consumo da carne ovina no País.

Na realidade, os ovinocultores nem sabem se efetivamente têm rentabilidade com atividade, uma vez que se verifica ausência ou grande precariedade na escrituração zootécnica das propriedades. Nota-se em diversos casos, a ovinocultura atividade secundária, o proprietário não separa as rendas dos negócios, mascarando seu lucro ou perdas efetivas com a ovinocultura propriamente dita, mantendo apenas por afinidade com a espécie (VIANA & MACIEL, 2012).

RODRIGUES et al. (2013) avaliaram as principais estruturas de governança

existentes entre criadores de ovinos de corte e frigoríficos no estado de São Paulo e observaram que há ovinocultores que desejam se formalizar, mas a falta de conhecimento técnico especializado dificulta que esses produtores produzam com a quantidade, a padronização e a regularidade necessárias para tal.

SORIO et al. (2008) destacam que o estado do Mato Grosso do Sul conta com diversas organizações que tem como objetivo auxiliar o progresso da ovinocultura no estado. O SEBRAE-MS mantém um programa de apoio à ovinocultura, entre os subprogramas, existe um chamado de Projeto Aprisco, que fornece consultoria aos produtores organizados em diversos municípios. Da mesma forma, o SENAR-MS tem à disposição dos produtores um programa de treinamento de mão-de-obra para ovinocultura, chamado de Manejo Básico de ovinos, que é ministrado em todo estado, conforme a demanda dos sindicatos rurais. A Câmara Setorial Consultiva de Ovinocaprinocultura de Mato Grosso do Sul, fundada em 2003, foi à primeira desta atividade no país e inspirou a criação da Câmara Nacional, em 2005.

No setor de pesquisa, ocorreu a instalação pela Embrapa do Núcleo Centro-Oeste de Caprinocultura em Campo Grande no ano de 2005. São apenas 4 núcleos no país, no Ceará, no Rio Grande do Sul e em São Paulo, além de Mato Grosso do Sul. Ao mesmo tempo, são realizadas pesquisas com ovinos nas instituições públicas e privadas. Igualmente, as Universidades participam de maneira impar, não somente na formação de profissionais capacitados, como na pesquisa e extensão, com formação de Grupos de apoio a ovinocultura. Mas, sempre foi e será o produtor o maior interessado e agente desse cenário que pode fazer a diferença na mudança e/ou direcionamento da cadeia, afinal, é quem tem o produto.

Outra ferramenta viável é o cooperativismo forma alternativa de trabalhar em conjunto visando atingir um bom resultado financeiro e organizacional para todos os indivíduos envolvidos. GUSE et al. (2013) avaliaram a situação socioeconômica da Cooperativa de Ovinos do município de Santiago no estado do Rio Grande do Sul dentro da perspectiva dos benefícios trazidos para os produtores envolvidos e observaram que o principal benefício gerado aos produtores de ovinos foi o pagamento de um preço superior aos produtos se comparado com o valor de mercado, além do acesso a canais de comercialização mais sofisticados e a agregação de valor ao produto.

## **METAS PARA A CADEIA DA CARNE OVINA**

### **CARNE DE CORDEIRO: OPÇÃO AO CONSUMIDOR**

O problema muito comum para maioria dos consumidores de carne ovina ainda é a falta de diferenciação entre a carne de cordeiro e a carne de carneiro, na maioria das vezes não costumam exigir essa especificação quando compra à carne, principalmente por não saberem que há uma grande diferença, a maior queixa é quanto à textura e odor desagradável são fortes, estes fatores estão descritos por GALLO (2006); NUTE et al. (2007); COSTA et al. (2009); PANEA et al. (2013).

O cordeiro é ovino jovem com até 6 meses de idade, macho, castrado ou não e fêmea, com dentes de leites, sem queda das pinças. O carneiro é ovino macho adulto não castrado, considerado como tal a partir da queda das pinças da primeira dentição.

No entanto, nos últimos anos tem-se observado a crescente procura pela carne ovina por mercados mais exigentes, principalmente no que se refere à carne de cordeiro. Com essa perspectiva de consumo, surge o interesse na terminação de

cordeiros, na qual o objetivo é rapidez na comercialização e na produção de carcaças que tende a apresentar uma qualidade adequada e diferenciada (MARTINS et al.; 2009; ZANETTE & NEUMANN, 2012; PICOLLI et al., 2013).

Está comprovada que a carne de cordeiro, animal jovem, é uma excelente fonte de proteínas, contendo aminoácidos essenciais, baixa concentração de lipídios e de gordura saturada. É caracterizada por ser mais macia e rosada, textura lisa, consistência firme e quantidade de gordura adequada, sendo que esta gordura é rica em graxos monoinsaturados que ajudam a reduzir os níveis de colesterol ruim no sangue, LDL (OSÓRIO et al., 2009a).

A qualidade da carne ovina pode ser definida pelo aspecto sanitário, cor da carne e gordura, a quantidade de gordura intermuscular, de marmoreio de cobertura no músculo, associada aos atributos sensoriais, aroma, maciez, sabor entre outros. E pode ser influenciada pelos fatores intrínsecos - idade do animal, sexo, raça, nutrição, sistema de terminação (pasto ou confinamento) e peso de abate e/ou pelos fatores extrínsecos - condições de abate, armazenamento na câmara fria, métodos de conservação (OSÓRIO et al., 2009a; MONTE et al., 2012; OLIVEIRA et al., 2013; PANEA et al., 2013).

Animais com idade muito avançada ou dietas que propiciem uma elevada deposição de gordura na carcaça devem ser evitados, sendo isso um ponto fundamental para o consumidor moderno, que não aceita mais a carne de carcaças com altos teores de tecido adiposo (RICARDO et al., 2008). À medida que a idade e/ou o peso corporal de abate aumentam, ocorre, concomitantemente, a produção de carcaças mais gordurosas. Embora que existem regiões que tem maior preferência pela carne de animais adultos, como é o caso de algumas regiões do sul do país, mas que sofrem grande redução e estão restritas a determinadas receitas gastronômicas.

O entrave no setor produtivo da carne reside na capacidade de oferta de produtos para diferentes mercados (VIANA et al., 2013) sem uma figura de proteção que identifique e garanta o produto. Essas figuras de proteção vieram a substituir o sistema de tipificação de carcaças ovinas, que no Brasil ficou no papel, sem aplicação prática. Resumidamente, as figuras de proteção são: Denominações de Origem Protegidas, Indicações Geográficas Protegidas ou Denominações Específicas de Qualidade, Marcas de Qualidades Certificadas, Produtos Integrados e Produtos Ecológicos ou Orgânicos. Não serão detalhadas conceitualmente essas figuras, pode ser verificado em CAMACHO (2006), OSÓRIO et al. (2006ab, 2007), COSTA et al. (2008), LÓPEZ MORAL (2008), SAÑUDO (2008).







Neste sentido, caso o ovinocultor atenda os padrões de qualidade preestabelecida conseguirá entregar e associar seu produto a diferentes marcas, algumas das marcas nacionais da carne de cordeiro (Tabela 1).

Dentre estas marcas de carne ovina, OSÓRIO et al. (2009b) afirmaram que é importante que exista um produto de qualidade e que possa propiciar satisfação a um consumidor cada vez mais exigente e no caso deste produto foi a carne de cordeiro. Em relação as exigências mínimas adotadas pelo programa gestor do Cordeiro de Herval Premium, os critérios para seleção dos ovinos são: 1) Condições sanitárias (isentos de ectoparasitas, foot rot, cegueira, miíases, verminose acentuada entre outras); 2) Dentição, ovinos com dente de leite até no máximo as pinças da 2ª dentição (dois dentes); 3) Peso corporal, no mínimo 25 kg e no máximo 45 kg; 4) Condição corporal, 3,0 e 3,5 com gordura de 1 a 4 mm; 5) Lã, no mínimo 10 mm e máximo 30 mm; 6) Machos inteiros, até seis meses; 7) Machos castrados,



nas condições citadas anteriormente; 8) Fêmeas, não prenhes; 9) Serão aceitos ovinos de todas as raças desde que satisfeitas as condições anteriores.

**TABELA 1.** Algumas marcas nacionais de carne de cordeiro encontradas em estabelecimentos que comercializam carne ovina

PRODUTO	LOGOMARCA	LOCAL
Cordeiro de Herval Premium		Rio Grande do Sul
Cordeiro Real		Goiás
Cordeiro VPJ		São Paulo
Cordeiro Mineiro		Minas Gerais
Cordeiro Castrolanda		Paraná
Cordeiro Seara		Brasil

Fonte: Logomarcas obtidas no site de cada empresa

Os critérios acima não são fixos e a partir de novos conhecimentos são modificados, até porque a qualidade não é estática no espaço e no tempo (OSÓRIO et al., 2012a; BATISTA et al., 2013).

Dentre os modelos adotados por outros países na relação entre ovinocultor e a indústria da carne ovina. RICARDO (2011) cita que os americanos contam com um sistema padronizado de identificação animal e existe uma estação experimental, onde várias raças de ovinos com aptidão para produção de carne são testadas e provadas. Além disso, o sistema americano de classificação de carcaças também é utilizado para orientar os produtores. Na Nova Zelândia, (48%) do rebanho é constituído por apenas uma raça, proporcionando maior padronização dos animais. A União Europeia conta com um sistema de classificação de carcaças que abrange várias classes de peso, diferenciando carcaças leves e pesadas. Na Austrália sua demanda tem direcionado para mudanças na indústria de carne de cordeiro, exigindo uma carcaça maior e mais magra.

De acordo com ALMEIDA (2011) a promoção e marketing são ferramentas imprescindíveis para a estratégia de venda de um produto, assim como são cruciais no processo como um todo, porém altamente dependentes do sistema de produção. Faz-se claro aos ovinocultores o fato de que nada vale o marketing da carne ovina

se a oferta é irregular e a qualidade duvidosa.

Na Austrália as pesquisas com relação às características qualitativas da carne ovina são feitas diretamente com os consumidores, chegando ao ponto de orientar o preparo da carne de acordo com a idade do animal, cordeiro, borrego ou adulto. Além de que os consumidores por meio do acesso ao site podem selecionar o corte e o peso do seu cordeiro para determinar o tempo perfeito de preparo. Painéis interativos estão em shopping centers, supermercados e açougues e nestes estabelecimentos encontra pôsteres e adesivos e onde são disponibilizados cartões de receitas (FARMPOINT, 2013).

YOKOYA et al. (2009) avaliaram os mecanismos de garantia da qualidade ao longo do sistema agroindustrial da carne ovina, onde foi realizada uma análise qualitativa através do método de estudo de caso da VPJ Comércio de Produtos Alimentícios. O estudo permitiu concluir que, das quatro principais estratégias de garantia da qualidade, a VPJ Beef adota três delas. Para atingir esse objetivo a empresa teve de desenvolver estratégias de coordenação do seu sistema produtivo, tanto à montante (integração com outros produtores) como à jusante (arrendamento do frigorífico); além da produção própria dos animais (integração vertical). Neste sentido, empresas do ramo alimentício levam conteúdo educativo ao consumidor, desmistificando e abordando curiosidades sobre ovinos e propondo receitas práticas ao dia a dia do consumidor (Figura 1).



**FIGURA 1.** Descrição e modo de preparo do espeto de cordeiro de acordo com as exigências do fabricante.

Fonte: Obtida do site VPJ Alimentos

A fidelização do cliente é a meta de qualquer empresa, uma vez que, tende associar um produto a determinada marca e com a carne de cordeiro não é diferente. Portanto a consolidação de uma marca é mais um passo adiante, pois marca de qualidade sempre terá a preferência, além de trazer ao cliente confiança e credibilidade. VIEIRA JÚNIOR et al. (2012) afirmam que a procedência da carne

assume importância para informar e direcionar a escolha do consumidor.

### **CONSUMIDOR DITA ÀS REGRAS DA PRODUÇÃO**

ALMEIDA (2011) descreveu que o modelo de gestão na produção de carne ovina na Nova Zelândia, depende intimamente da relação entre ovinocultor-frigorífico-consumidor. Apesar de responsabilizarem os frigoríficos pelo sucesso ou falha na venda final do produto, os ovinocultores neozelandeses estão conscientizados sobre a importância da qualidade e uniformidade de oferta de seus animais. Dessa forma, a partir do laço de confiança primeiramente entre frigorífico-ovinicultor, a indústria de processamento de carne pode focar seus esforços no marketing. Os resultados finais demonstraram aos vários elos da cadeia da ovinocultura na Nova Zelândia o que é hoje a principal premissa para o sucesso da atividade no país: é o consumidor quem manda no jogo.

Outro ponto importante ressaltado pelo autor, é que no momento em que o mercado consumidor foi identificado, os frigoríficos puderam demonstrar aos produtores a importância do direcionamento na produção de carne e a rentabilidade que ele traria. A avaliação e tipificação de carcaças tornaram-se, então, ferramentas-chave e como incentivo a bonificação aos ovinocultores pelas carcaças *premium* se tornou mais um atrativo ao setor. Tecnologias de ponta em prol de precisão tais como a avaliação robótica da carcaça por meio de raio-x e, também, o comprometimento do frigorífico em retornar ao produtor a informação de desempenho dos seus animais no pós-abate, consolidaram o laço inverso entre produtor-frigorífico.

Portanto, para condições de produção no país, questionamentos deverão ser solucionados nos elos da cadeia produtiva e industrial (SORIO et al., 2010). Na maioria das vezes o ovinocultor não recebe pela qualidade do produto final é apenas remunerado pelo peso vivo ou da carcaça, ou seja, as características qualitativas da carne não agregam valor ao seu produto, com exceção para marcas e modelos de produção já consolidados. Características importantes ainda não são configuradas em suas planilhas de rentabilidade de maneira correta como, por exemplo, estado de engorduramento da carcaça, relações teciduais encontradas nos cortes e as propriedades nutricionais do seu produto final.

Neste sentido, o consumidor poderá ser fundamental no sistema produtivo da carne ovina no Brasil, uma vez que, OSÓRIO et al. (2013a) afirmam que na prática o consumidor é quem determina as características de maior importância na carne através do grau de satisfação que o produto lhe proporciona.

Porém, não basta somente produzir uma carne com características de máxima qualidade, faz-se necessário também informar, educar e ensinar o consumidor a apreciar essas características, já que nem todos os consumidores avaliam os fatores de qualidade da mesma maneira. Diferenças notáveis aparecem entre as populações dos distintos países, e dentro destes, entre as regiões e classes sociais. Os determinantes destas preferências dependem dos hábitos de consumo, das tradições culinárias e educação do gosto dos consumidores (OSÓRIO et al., 2013b).

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As grandes diferenças de clima no Brasil e as transformações no mercado mundial de alimentos consistem em grandes desafios e, ao mesmo tempo, oportunidades à estruturação da cadeia produtiva da ovinocultura. O sistema de produção da carne ovina no país será autossuficiente se houver as diretrizes bem

esclarecidas quanto à quantidade e qualidade de seu produto final, através da profissionalização do ovinocultor, da indústria e com a mudança de hábito do consumidor. A atenção às normas sanitárias e às boas práticas de produção e fabricação são reflexos da sofisticação do mercado consumidor e da necessidade de adaptação da cadeia produtiva.

Desta forma estarão contribuindo positivamente para futuras intervenções que visa ao aumento da competitividade da cadeia, além de incentivar e servir de base para futuras pesquisas. Isto pode ser reflexo do empenho das universidades, ovinocultores e os demais órgãos governamentais que pesquisam e viabilizam a discussão de uma cadeia da ovinocultura de uma forma geral. A maior atuação destas entidades, de alguma maneira, contribui para redução da informalidade na cadeia da ovinocultura.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, D.M. "Do pasto ao prato": a estratégia de marketing da carne ovina na Nova Zelândia. Disponível em: <http://www.farmpoint.com.br/cadeia-produtiva/especiais/do-pasto-ao-prato-a-estrategia-de-marketing-da-carne-ovina-na-nova-zelandia-75544n.aspx>. Acesso em 15 de Janeiro 2014.

ANUALPEC 2011: **Anuário Estatístico da Pecuária de Corte**. São Paulo: FNP Consultoria & Comércio, 2011.

ARGENTA, C.; RAMOS, T.J.F.; GOULARTE, J.F.F. A inovação como estratégia de produção e comercialização de carnes de ovinos: um estudo de caso na empresa divisa comércio de carnes Ltda. In: XXXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Salvador, 2013. **Anais...** Salvador, ENEP, 2013, p.1-14.

BARCHET, I.; FREITAS, C. A. Integração de preços entre o Rio Grande do Sul, Uruguai, Brasil e Austrália nos mercados da carne ovina e da lã. **Espacios**, Caracas, v.33, n.7, 2012.

BARROS, C.B.; FERNANDES, M.A.M. Começando a planejar estrategicamente: o plano de ação e os indicadores. 2011. **Disponível em:** <http://www.farmpoint.com.br/radares-tecnicos/gerenciamento/comecando-a-planejar-estrategicamente-o-plano-de-acao-e-os-indicadores-76333n.aspx>. Acesso em 23 de Fevereiro 2014.

BATISTA, A.S.N.; SILVA, A.C.F.; ALBUQUERQUE, L.F. Características sensoriais da carne ovina. **Revista Essentia**, Sobral, v.15, n.1, p.185-200, 2013.

DEMINICIS, B.B.; LIMA, L.C.O.; ARAÚJO, S.A.C.; ALMEIDA, J.C.C.; LUNGA, L.; BLUME, M.C. Avaliação de modelos simulados de sistemas de produção de cordeiros para abate em pequenas propriedades. **PUBVET**, Londrina, v.2, n.12, 2008.

CAMACHO, M.E. Protección de productos como instrumento para la conservación de los recursos genéticos animales. In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA, 43<sup>a</sup>, João Pessoa, Paraíba. 2006. **Anais...** p.737-752, 2006.

COLOMER, F. Los criterios de calidad de la canal. Sus implicaciones biológicas. In: II Curso Internacional Sobre la Producción de Ovino de Carne. Zaragoza, España, 66 p. (Mimeog.), 1986.

COSTA, J.C.C.; OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; FARIA, H.V.; MENDONÇA, G.; ESTEVES, R.M.G.; BARBOSA, J.A. Producción de carne de ovinos corriedales en tres sistemas de terminación. In: XXXIII Jornadas Científicas y XII Internacionales de la Sociedad Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia, Almería, 2008. **Anais.. SEOC**, p.108-112, 2008.

COSTA, R.G.; SILVA, N.V.; MEDEIROS, G.R.; BATISTA, A.S.M. Características Sensoriais da Carne Ovina: Sabor e Aroma. **Revista Científica de Produção Animal**, Areia, v.11, n.2, p.157-171, 2009.

FARMPPOINT. AUSTRÁLIA: Campanha para promover carne de cordeiro fala que "qualquer um pode cozinhar como uma mãe". Disponível em: <http://www.farmpoint.com.br/cadeia-produtiva/giro-de-noticias/aus-campanha-para-promover-carne-de-cordeiro-fala-que-qualquer-um-pode-cozinhar-como-uma-mae-83391n.aspx>. Acesso em 24 de Julho 2013.

FIRRETI, R.; OLIVEIRA, E.C.; OLIVEIRA, D.E.S.; CARVALHO FILHO, A.A. Características e preferências de consumo de carne ovina nas cidades de Londrina e Maringá. **Synergismus scientifica UTFR**, Pato Branco, v.8, n.2, 2013.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO (2012). Production: live animals, livestock primary, livestock processed; Trade: countries by commodity (imports and exports). Disponível em: <<http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>. Acesso em: 15 de Março de 2014.

GALLO, S.B. Diferença da carne de carneiro e cordeiro 2006. Disponível em: <http://www.farmpoint.com.br/radares-tecnicos/qualidade/diferenca-da-carne-de-carneiro-e-cordeiro-271n.aspx>. Acesso em 12 de Janeiro de 2014.

GERON, L.J.V.; MEXIA, A.A.; GARCIA, J.; ZEOULA, L.M.; GARCIA, R.R.F.; MOURA, D.C. Desempenho de cordeiros em terminação suplementados com caroço de algodão (*Gossypium hirsutum* L.) e grão de milho moído (*Zea mays* L.). **Archives of Veterinary Science**, Curitiba, v.17, n.4, p.34-42, 2012.

GONÇALVES, M.S.; ARNONI, R.K.; ESTEVES, R.M.G.; KESSLER, J.D.; LEMES, J.S.; MARTINS, L.; OLIVEIRA, R.M.; PINHEIRO, L.; OSÓRIO, M.T.M.; OSÓRIO, J.C.S.; FERREIRA, O.G.; BORBA, M.F.S.; TRINDADE, J.P.P.; GONZAGA, S.S. Acceptance of sheep and goat meat from Alto Camaquã. In: 34º Congreso Argentino de Producción Animal I Joint Meeting AAPA-ASAS., 2011, Mar del Plata: **Revista Argentina de Producción Animal**, v.1. p.113-113, 2011.

GUEDES, C.M.C.; PASSOS, F.U.; SAMPAIO, R.R. O Monitoramento de desempenho está alinhado com a estratégia? Observação em frigoríficos da caprinovinocultura da Bahia. **REGE**, São Paulo, v.19, n.3, p.415-434, 2012.

GUSE, J.C.; DORR, A.C.; ROSSATO, M.V.; FREITAS, L.A.R. Cooperativismo para o desenvolvimento regional: uma caracterização socioeconômica da cooperativa de ovinocultores do município de Santiago/RS. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, Santa Maria, v.11, n.11, p. 2313-2320, 2013.

GIROTTO, R.P. **Aplicação do Método de Inteligência estratégica antecipativa e coletiva em empresa ligada ao comércio de carne ovina**. Trabalho de Conclusão de Curso, Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013, 76 p.

HERMUCHE, P.M.; SILVA, N.C.; GUIMARÃES, R.F.; CARVALHO JUNIOR, O.A.; GOMES, R.A.T.; PAIVA, S.R.; McMANUS, C.M. Dynamics of sheep production in Brazil using principal components and auto-organization features maps. **Revista Brasileira de Cartografia**, Rio de Janeiro, n.64, v.6, p.821- 832, 2012.

IBGE – **INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Agropecuária, Produção da Pecuária Municipal (PPM), Rio de Janeiro, v.39, p.43, 2011.

JORIS, J.L.; VILPOUX, O.F. Transações entre produtores e frigoríficos no setor de ovinos no estado de Mato Grosso do Sul: uma abordagem pela economia dos custos de transação. **Revista Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v.15, n.2, p. 220-234, 2013.

MAPA. Temas: Exportação. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento: Brasília, 2013. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>. Acessado em: 10 de Agosto 2013.

MARANHÃO, R.L.A. **Dinâmica da produção de ovinos no Brasil durante o período de 1976 a 2010**. Monografia de final de curso, Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Humanas, Departamento de Geografia, Brasília, 2013. 42p.

MARIANI, M.A.P.; SORIO, A.; ARRUDA, D.O. Carne ovina, turismo e desenvolvimento local: potencialidades para o Mato Grosso do Sul. **Revista INTERAÇÕES**, Campo Grande, v.12, n.1, p.31-39, 2011.

MARTINS, E.C.; CUENCA, M.A.G.; AMAURY, A.S.; MUNIZ, E.N.; SANTOS, R.P.C.; GONZÁLES, E.O. Caracterização do Consumo das Carnes Caprina e Ovina em Alagoas. **Embrapa Caprinos e Ovinos**, Sobral, n.82, 2008, 23p.

MARTINS, E.C.; GUIMARÃES, V.P.; BOMFIM, M.A.D. Terminação de cordeiros em confinamento: avaliação dos impactos econômicos, sociais e ambientais. Comunicado Técnico on line, **Embrapa Caprinos e Ovinos**, Sobral, ed.1, n.109, p.1-12, 2009.

MERCIO, T.Z. O Comportamento do consumidor da carne ovina e sua percepção de qualidade por meio de pistas e atributos. Dissertação em Agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. 61p.

MONTE, A.L.S.; GONSALVES, H.R.O.; VILARROEL, A.B.S.; DAMACENO, M.N.; CAVALCANTE, A.B.D. Qualidade da carne de caprinos e ovinos: uma revisão. **Agropecuária Científica no Semi-Árido**, Patos, v.8, n.3, p.11-17, 2012.

MORAL, T.L. Marcas de calidad en productos cárnicos de pequeños rumiantes: realidad o mito. In: XXXIII Jornadas Científicas y XII Internacionales de la Sociedad Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia, Almería, 2008. **Anais..** SEOC, p.79 - 84, 2008.

NUTE, G.R.; RICHARDSON, R.I.; WOOD, J.D.; HUGHES, R.G.; WILKINSON, S.L.; COOPER, C.L.; SINCLAIR, L.A. Effect of dietary oil source on the flavour and the colour and lipid stability of lamb meat. **Meat Science**, v.77, n.4, p.547-555, 2007.

OLIVEIRA, A.C.; SILVA, R.R.; OLIVEIRA, H.C.; ALMEIDA, V.V.S.; GARCIA, R.; OLIVEIRA, U.L.C. Influência da dieta, sexo e genótipo sobre o perfil lipídico da carne de ovinos. **Archivos de Zootecnia**, Córdoba, v.62, p.57-72, 2013.

OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; ESTEVES, R.M.G.; ÁVILA, C.J.C. Produção de cordeiros com denominação de origem. In: SIMPÓSIO PAULISTA DE OVINOCULTURA, VIIº, 2006, Botucatu. **Anais...** Botucatu: UNESP - Botucatu, 2006a. v. CD. p. 1-20, 2006a.

OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; ESTEVES, R.M.G.; ÁVILA, C.J.C.; COSTA, J. Produção de cordeiro com qualidade protegida. In: SEMANA ACADÊMICA DA PÓS-GRADUAÇÃO EM ZOOTECNIA, 3ª, 2006, Pelotas. **Anais...** Pelotas: UFPEL – Zootecnia – Pelotas, 2006b. CD 1p. PowerPoint, 74 slides, 2006b.

OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; SAÑUDO, C. Características sensoriais da carne ovina, **Revista Brasileira de Zootecnia**, Viçosa, v.38, p.292-300, (suplemento especial), 2009a.

OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; ÁVILA, C.J.C.; MENDONÇA, G.; WIEGAND, M.M.; PEDROSO, C.E.; GONZAGA, S.S. Sistema de Produção de Cordeiros - Produção Integrada/Herval Premium. **PUBVET**, Londrina, v.3, n.20, art592, 2009b.

OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; VARGAS JUNIOR, F.M.; FERNANDES, A.R.M.; SENO, L.O.; RICARDO, H.A.; ROSSI, F.C.; ORRICO JUNIOR, M.A.P. Critérios para abate do animal e a qualidade da carne. **Revista Agrarian**, Dourados, v.5, n.18, p.433-443, 2012.

OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; FERREIRA, O.G.; VARGAS JUNIOR, F.M.; FERNANDES, A.R.M.; RICARDO, H.A.; ALVES, L.G.C.; ORRICO JÚNIOR, M.A.P. Avaliação da carcaça de caprinos e ovinos. **PUBVET**, Londrina, v.6, n.23, Ed.209, Art.1403, 2012b.

OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; VARGAS JUNIOR, F.M.; FERNANDES, A.R.M.; SENO, L.O. **Avaliação da carcaça em animais de produção**. Org. Jaqueline Schneider Lemes e Victor Fernando Buttow Roll. Pelotas. Editora Carta, Cap. 1, p.13-30, 2013a.

OSÓRIO, J.C.S.; OSÓRIO, M.T.M.; VARGAS JUNIOR, F.M.; FERNANDES, A.R.M.; ALVES, L.G.C. Critérios para abate de ruminantes e a qualidade da carne. In: **Anais...** 2º Simpósio de Produção de Ruminantes. – Itapetinga, UESB, p.107-126, 2013b.

PANEA, B.; RIPOLL, G.; JOY, M. Caracterización y agrupamiento de algunos tipos comerciales de cordero por su perfil sensorial. **ITEA – Información Técnica Económica Agraria**, v.109, n.3, p.303-318, 2013.

PICOLLI, M.; FERREIRA, G.C.; ROHENKHOL, J.E.; TONTINI, J.F.; MADRUGA, S.R.; ROSSATO, M.V. Viabilidade econômica de um sistema de terminação de cordeiros em confinamento na região da Campanha/RS. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, Santa Maria, v.11, n.11, p. 2493-2505, 2013.

RAINERI, C.; LOPES, M.R.F.; STIVARI, T.S.S.; BARROS, C.S.; NUNES, B.P.; GAMEIRO, A.H. As inovações tecnológicas na ovinocultura brasileira e seus efeitos na organização do sistema agroindustrial. **PUBVET**, Londrina, v.7, n.21, ed. 244, art. 1614, 2013.

RODRIGUES, A.D.; AUGUSTO, L.; BARCELOS, B.; GAMEIRO, A.H. Formas de governança nas transações entre ovinocultores e frigoríficos no estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.43, n.3, 2013.

RICARDO, H.A.; COSTA, D.P.B.; ROÇA, R.O. Influência da dieta sobre o sabor da carne de cordeiros. **PUBVET**, Londrina, v.2, n.46, art 452, 2008.

RICARDO, H.A. Hélio de Almeida: "Os produtores precisam de assistência e a indústria precisa de regulamentação de preços". Disponível em: <http://www.farmpoint.com.br/cadeia-produtiva/giro-de-noticias/helio-de-almeida-os-produtores-precisam-de-assistencia-e-a-industria-precisa-de-regulamentacao-de-precos-72442n.aspx> Acesso em 24 de Fevereiro, 2014.

SANTOS, B.F.S. "Não temos informações confiáveis sobre a atividade e uma série de outras necessidades que urgem no setor". Disponível em: <http://www.farmpoint.com.br/cadeia-produtiva/giro-de-noticias/bruno-f-sales-santos-nao-temos-informacoes-confiaveis-sobre-a-atividade-e-uma-serie-de-outras-necessidades-que-urgem-no-setor-76841n.aspx>. Acesso em 13 de Janeiro.

SAÑUDO, C.A. Marcas de calidad en los pequeños rumiantes. mitos y realidades. In: XXXIII Jornadas Científicas y XII Internacionales de la Sociedad Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia, Almería, 2008. **Anais..** SEOC, p.92 - 96, 2008.

SAUL, I. Dissecando os 3 grandes desafios da ovinocultura. Disponível em: <http://www.farmpoint.com.br/cadeia-produtiva/espaco-aberto/dissecando-os-3-grandes-desafios-da-ovino-cultura-68668n.aspx>, Acesso em 20 de Fevereiro, 2014.

SORIO, A.; FAGUNDES, M.B.B.; LEITE, L.R.C. Oferta de carne ovina no varejo de



Campo Grande (MS): uma abordagem de marketing. **Revista Agrarian**, Dourados, v.1, n.1, p.145-156, 2008.

SORIO, A.; RASI, L. Ovinocultura e abate clandestino: um problema fiscal ou uma solução de mercado. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, n.1, p.71-83, 2010.

SORIO, A.; CARFANTAN, J.; MARQUES, W.A. Carne ovina: sistema internacional de comercialização. **Méritos**, Passo Fundo, 2010. 144 p.

SORIO, A. Carne Ovina: **Perspectivas para 2012-2020**, Revista o Berro, Editora Tropical, Uberaba – MG, n.153, Março, 2012.

SORIO, A. **A carne ovina e o abate clandestino: A informalidade tem jeito?** Revista Cabra e Ovelha, n.78, Maio, 2013.

SOUZA, J.D.F.; SOUZA, O.R.G.; CAMPEÃO, P. Mercado e comercialização na ovinocultura de corte no Brasil. In: 50º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Vitória. **Anais...** CD-ROM, Vitória, SOBER, p.1-16, 2012.

VIANA, J.G.A.; MACIEL, R.G. Análise comparativa da configuração econômica e institucional da ovinocultura no Rio Grande do Sul e Uruguai. In: 49ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Zootecnia, Brasília, 2012. **Anais...** CD-ROM, Brasília, SBZ, p.1-3, 2012.

VIANA, J.G.A.; REVILLION, J.P.P.; SILVEIRA, V.C.P. Alternativa de estruturação da cadeia de valor da ovinocultura no Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v.9, n.1, p. 187-210, 2013.

VIEIRA JÚNIOR, JORGE, A.M.; FACTORI, M.A.; MARTINS, M.B.; RIBEIRO, F.A.; QUEIROZ, E.O. Exemplos práticos do processo de autenticação de carnes e seus derivados. **PUBVET**, Londrina, v.6, n.21, ed.208, art.1392, 2012.

YOKOYA, E.; PINHEIRO, J.V.; NAVES, J.R.; SILVA, M.R.; GAMEIRO, A.H. Estratégias para a garantia de qualidade na produção de carne ovina: estudo de caso da VPJ Beef. In: 46ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Zootecnia, Maringá, 2009. **Anais...**CD-ROM, Maringá SBZ, p.1-3, 2009.

ZANETTE, P.M.; NEUMANN, M.; Confinamento como ferramenta para incremento na produção e na qualidade da carne de ovinos. **Ambiência Guarapuava**, Guarapuava, v.8 n.2 p.415 - 426, 2012.