

## Opinião: Organização e estratégias da cunicultura brasileira – buscando soluções<sup>1</sup>

Luiz Carlos Machado<sup>2</sup>, Walter Motta Ferreira<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no V Congresso de cunicultura das Américas – Toluca, México – 2014

<sup>2</sup>Professor do Instituto Federal de Minas Gerais – Campus Bambuí, Presidente da Associação Científica Brasileira de Cunicultura – Brasil. E-mail: [luiz.machado@ifmg.edu.br](mailto:luiz.machado@ifmg.edu.br)

<sup>3</sup> Professor Titular, Universidade Federal Minas Gerais – Brasil; E-mail: [waltermf@ufmg.br](mailto:waltermf@ufmg.br)

### RESUMO

O Brasil é um emergente com grande potencial para a atividade de cunicultura. Contudo, a história desta atividade sempre foi marcada por altos e baixos. A população brasileira de coelhos vem caindo ao longo dos últimos anos embora se perceba que a quantidade de coelhos de estimação vem aumentando consideravelmente. Não é possível a estimativa segura da quantidade de carne produzida, pois a maior parte é realizada sobre condições informais. Sabe-se que a demanda por carne é maior que a oferta. A criação de coelhos de estimação cresceu muito nos últimos anos e despertou o interesse de novos criadores. Há um grande mercado a ser explorado no que diz respeito a itens e serviços para coelhos de companhia. Há uma grande quantidade de instituições que fazem pesquisa e ensino em cunicultura embora se perceba que vários pesquisadores renomados estão se aposentando, não havendo renovação. Há mais de 40 fabricantes de ração e poucos formulam alimentos de boa qualidade, sendo a ração comercializada a preços elevados. Muitos são os problemas que afetam os cunicultores brasileiros, merecendo destaque a falta de políticas públicas específicas de fomento à atividade, trabalho dos cunicultores de forma isolada sem organização, necessidade de melhoria do material genético disponível, falta de abatedouros e inexistência do processamento da carne, falta de especialistas em cunicultura, falta de materiais e equipamentos de boa qualidade, falta de informação da população em relação às qualidades nutricionais da carne de coelho e o elevado preço da carne ao consumidor final. Além disso, a legislação brasileira é extremamente rigorosa para montagem de abatedouros. São ações implementadas pela Associação Científica Brasileira de Cunicultura a criação de grupos de discussão visando melhoria do diálogo, criação de nova página na internet para divulgação de atividades e informações técnicas, organização e distribuição de um CD de publicações, elaboração de materiais didáticos como manual de formulação de ração e suplementos, manual prático de cunicultura e notas técnicas, realização de eventos tais como mini-cursos de cunicultura, dia do cunicultor, seminários nacionais de ciência e tecnologia em cunicultura, criação de uma revista nacional, atendimento a cunicultores e interessados de todo país, estímulo à formação de cooperativas e associações de cunicultores e instituição de prêmio para profissional em destaque. Além dessas ações, são previstas ainda a implementação de cursos de formação inicial e continuada em cunicultura, a divulgação desta atividade, destacando seus benefícios para a sociedade e a criação de um canal de vídeos explicativos na internet. Nos últimos dois anos, se percebeu elevação na procura de animais por parte dos abatedouros. A organização dos cunicultores deve ser priorizada para que haja maior diálogo. Existe no mercado falta de um órgão que gerencie as compras e vendas de animais.

**Palavras chave:** coelhos, união dos cunicultores, mercado

### ABSTRACT

Brazil is an emerging country with great potential for rabbit production. However, the history of this activity has been marked by ups and downs. The Brazilian rabbit population has decreased over the last few years despite the considerable increase of pet rabbits. It is not possible estimate the exact amount of meat produced, because most of it happens in informal conditions. We know that the demand for meat is greater than the supply. Pet rabbit production has grown in recent years and attracted the interest of new breeders. There is a great market to be explored considering items and services for pet rabbits. There are a lot of institutions that research and teach rabbit science. It has been noted that several renowned researchers are retiring and new researchers are needed. There are over 40 factories of rabbit feed, but few present quality and good prices. There are many problems that affect Brazilian rabbit breeders, with emphasis to the lack of specific public policies to support this activity, the work of breeders without organization, the need to improve the available genetic material, the lack of slaughterhouses and lack of meat processing plants, the lack of specialists in rabbit production, the lack of good quality materials and equipment, the lack of public information about the nutritional quality of rabbit meat and the high price of meat to the final consumer. In addition, Brazilian law is extremely strict for slaughterhouse installation. Actions have been implemented by the Brazilian Rabbit Science Association (ACBC) such as: the creation of discussion groups in the internet aimed at the improvement of the dialogue, the publication of a new webpage to disseminate technical information and activities, the organization and distribution of a CD with publications, the development of teaching materials such as feed formulation manual and supplements for rabbits, a publication with applied rabbit production and technical notes, events such as rabbit production mini courses, rabbit breeder day, national seminars of science and technology in rabbit science, the creation of a national magazine. Information and support for rabbit breeders and people interested in the matter, encouragement for the formation of cooperatives and associations of breeders and the institution of an award for professional notoriety. Besides these actions the implementation of courses for initial and ongoing training in rabbit production and the divulgation of this activity, highlighting its benefits to society and the development of an explanatory videos on the Internet have been planned. In the last two years, an increase in demand of meat production has been noted. The organization of the industry should be prioritized so that dialogue can occur and the management of buying and selling can happen through a proper channel.

**Keywords:** rabbits, union of breeders, market

### RESUMEN

Brasil es un país emergente con un gran potencial para la actividad de cunicultura. Sin embargo, la historia de esta actividad siempre ha estado marcada por altibajos. La población brasileña de conejos ha venido disminuyendo en los últimos años, aunque nota que la cantidad de conejos mascotas está aumentando considerablemente. No es posible hacerse la estimativa de la cantidad de la carne producida, ya que la mayoría se hace en condiciones de informalidad. Se sabe que la demanda de carne es mayor que la oferta. La creación de mascotas ha crecido significativamente en los últimos años y despertado el interés de los nuevos creadores. Hay un gran mercado para ser explorado con respecto a ítems y servicios para las mascotas. Hay una gran cantidad de instituciones que hacen

investigación y docencia en cunicultura aunque se dio cuenta de que varios investigadores de renombre están jubilando, sin renovación adecuada. Aunque haga más de 40 fabricantes de piensos para conejos, pocos son de buena calidad, siendo comercializados a precios elevados. Muchos son los problemas que afectan a los criadores brasileños, con énfasis para la falta de políticas públicas específicas para fomentar la actividad, el trabajo de los criadores en forma aislada sin organización, la necesidad de mejorar el material genético disponible, la falta de mataderos y la falta de procesamiento de carne, la falta de expertos en cunicultura, la falta de equipos de buena calidad, la falta de información a la población en relación con las cualidades nutricionales de la carne y el elevado precio de la carne para el consumidor final. Además, la legislación brasileña es muy rigurosa para el montaje de nuevos mataderos. Se han implementado acciones por la Asociación Científica Brasileña de Cunicultura que fueran la creación de grupos de discusión para la mejora del diálogo, la creación de nueva página web para difundir información técnica y las actividades, la organización y distribución de un CD con publicaciones diversas, elaboración de materiales didácticos como un manual de formulación de piensos y suplementos, un manual práctico de cunicultura y notas técnicas, la realización de eventos tales como talleres de cunicultura, día del cunicultor, seminarios nacionales de ciencia y tecnología en cunicultura, la creación de una revista nacional, atendimento a los criadores y interesados de todo el país, apoyo a la formación de cooperativas de criadores y la creación de una premiación para un profesional en cunicultura. Además de estas acciones también se han previsto para implementar un curso de formación inicial y continua en cunicultura, la divulgación de esta actividad, destacando sus beneficios para la sociedad y la creación de un canal para la difusión de vídeos explicativos en la internet. Durante los últimos dos años, se observó aumento de la demanda por parte de los mataderos. La organización de los criadores de conejo se debe priorizar para que haga un mayor diálogo. El mercado es carente de una entidad que haga la gestión de la compra y venta de animales.

**Palabras clave:** conejos, unión de los criadores, mercado

### 1) Introdução

O Brasil é um país em desenvolvimento que reúne excelentes condições para a cunicultura. Contudo, essa atividade, passou e ainda passa por inúmeras dificuldades relacionadas à tecnologia de produção, além de deficiência organizacional na cadeia produtiva e falta de políticas específicas para o setor o que eleva o custo de produção. A estruturação adequada da cadeia produtiva, bem como, a promoção do diálogo entre seus atores são

fundamentais para que a atividade seja exercida de maneira mais segura e rentável.

Este trabalho objetiva apresentar informações sobre o sistema de produção de coelhos no Brasil, estrutura, fortalezas, limitações e os desafios para que a cunicultura brasileira seja uma atividade atrativa e que gere maior quantidade de bens e serviços para a Sociedade. Apresenta também algumas ações implementadas pela associação científica nacional a fim de melhorar o

diálogo entre os envolvidos na cunicultura, buscando contribuir assim para a melhoria da estruturação dessa atividade.

## 2) Brasil, um país emergente com vocação agrícola

O Brasil é hoje um país emergente e que apresenta condições favoráveis para o desenvolvimento da cunicultura. Sua área territorial de 8.514.000 km<sup>2</sup>, com uma população que

já ultrapassa os 200 milhões de habitantes. A maior parte de seu território é de áreas agriculturáveis, sendo um país de clima predominantemente tropical embora apresente outros tipos de clima ao longo de seu território.

Atualmente o Brasil é considerado a sétima economia mundial. Alguns índices brasileiros são apresentados na tabela 01 e refletem a posição de país emergente.

Tabela 01 - Índices brasileiros gerais

Índices	Valor
Expectativa de vida*	73,4 anos
Analfabetismo*	9,6%
IDH*	0,73
Crescimento PIB em 2013**	2,5%
Inflação em 2013**	5,9%
Taxa de desemprego em 2013**	5,4%
PIB em 2013**	US\$ 2,07 trilhões**

\*Dados obtidos a partir de IBGE (2010)

\*\*Dados obtidos a partir de fontes diversas

A economia brasileira é baseada em produtos agrícolas, pecuária, mineração e indústria de transformação, de bens de consumo e duráveis. Na pecuária se destacam a avicultura de corte e postura, bovinocultura de corte e leite e a suinocultura industrial, havendo em menor escala a produção de ovinos, caprinos, equídeos, bubalinos e coelhos. Mesmo em um período de crise e de baixo crescimento mundial, no ano de 2013, houve um crescimento de 2,5% do

PIB e de 4,45% do agronegócio. Contudo, previsões feitas pelo fundo monetário internacional (FMI) e divulgadas em Julho de 2014, apontam que o Brasil crescerá apenas 1,3% em 2014 e 2,0% em 2015, o que sugere que o país passa por um momento de leve recessão. A crise a nível mundial vem afetando também a todos os países emergentes.

O Brasil é um país que está despontando para ser o maior exportador

de alimentos do mundo. Projeções feitas pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2013), para os anos de 2012/13 a 2022/23, apontam para uma situação onde o Brasil será o maior produtor e exportador de carnes do mundo no ano de 2023. Conforme relatado por Roppa (2008), a carne mais consumida é a de frango (43,0 kg/hab.ano), seguida da carne bovina (42,2 kg/hab.ano) e suína (14,8 kg/hab.ano). Quando comparado ao consumo dessas carnes, o consumo de carne de coelhos é praticamente desprezível. Dados do sistema FAOSTAT (2014) apontam que a produção de carnes de coelho no Brasil é de 1.635 ton/ano, o que daria um consumo estimado em 0,008 kg/hab.ano. Sabe-se que a maior parte dos animais é abatida sem fiscalização e esses registros não chegam ao órgão de controle. De qualquer forma, pode-se imaginar assim, a grande capacidade de expansão da cunicultura brasileira.

### **3) Um breve histórico da cunicultura brasileira – passado e presente**

A história da cunicultura no Brasil apresenta altos e baixos, se assemelhando muito a história da cunicultura de alguns países vizinhos,

como o Uruguai (Denes, 2006). Nas décadas de 60 e 70, houve muito investimento para produção de pelo angorá, bem como para criação de láparos para produção de vacinas contra a febre aftosa. Como foram desenvolvidas novas tecnologias para produção de materiais sintéticos, substitutos ao pelo, bem como foram criadas novas formas para produção de vacina para a prevenção da aftosa, os cunicultores tiveram que se adaptar para a utilização de animais para produção de carne e coprodutos agregados. Ao final dos anos 80, a cunicultura para produção de carne, foi bastante estimulada por alguns governos estaduais, como por exemplo, o programa Nosso Coelho no Estado do Paraná, visando dentre outros, o fortalecimento da agricultura familiar. Por vários motivos, dentre eles a falta de estrutura e políticas públicas e de fomento do setor, o sistema se desestruturou (Ferreira e Machado, 2007; Ferreira et al.; 2010).

Acompanhando-se as estimativas de população cunícula das últimas décadas, se percebe redução gradual ao longo dos últimos anos (IBGE, 2006; FAOSTAT,2014). Em 1992 havia uma população de 593.000 animais, reduzida para 350.000 em 2002 e 205.000 em 2012. Há de se considerar que grande

parte da população não entra na contagem, conforme enfatizado por Machado (2012). De qualquer forma, percebe-se que nos últimos anos, a cunicultura vem pouco a pouco retomando seu crescimento em algumas regiões do Brasil. Houve um ligeiro aumento na população sensistada, entre os anos de 2010 e 2011, embora a população tenha decrescido em 2012, principalmente em razão de problemas ocorridos em São Paulo. Conforme lembrado por Moura (2010) recentes problemas sanitários relacionados a surtos de gripe aviária e gripe suína, podem ter contribuído para elevação na procura de carne de coelhos. Nos anos de 2013 e 2014, todos os principais abatedouros da região sudeste brasileira demonstraram interesse na compra de animais para abate, o que sugere que progressivamente, o setor vai se recuperando.

Há de se destacar também que a cunicultura *Pet* ou de companhia, que proporciona a produção de animais de estimação de elevado valor agregado, vêm crescendo muito nos últimos anos. Esse ramo da atividade cunícola representa parcela significativa no mercado da produção de coelhos na atualidade e é também uma atividade de

extrema importância para a geração de renda para pequenos produtores.

#### **4) Atual mercado Brasileiro da cunicultura**

##### **a) Dados estatísticos da cunicultura no Brasil**

No Brasil, os dados sobre a população e produção de coelhos são escassos, inseguros, pouco atualizados, e proporcionam inúmeras dúvidas. O senso agropecuário de 2006 (IBGE, 2006) apontava uma população total de 295.584 animais, distribuídos em 17.615 estabelecimentos, sendo a média de 17 animais por estabelecimento. Deve-se lembrar que a maior parte desses estabelecimentos não é comercial. Analisando os grupos da atividade econômica, verifica-se que a maior parte dos estabelecimentos também trabalha com “pecuária e criação de outros animais” e “produção de lavouras temporárias”. Realmente, se percebe que poucos são os estabelecimentos que trabalham exclusivamente com coelhos e que a grande maioria dos cunicultores trabalha com essa atividade de forma secundária. Os dados revelam também que a maior parte dos animais se encontra em propriedade de pequeno tamanho, de até 10 hectares. Em 2006, se percebia que a maior parte dos animais

estavam localizados na região sul. Atualmente, mesmo sem dados oficiais, observa-se que a proporção de coelhos na região sudeste aumentou consideravelmente, principalmente a partir da expansão da cunicultura no estado de São Paulo. A maior parte das granjas cunícolas é de pequeno porte (20 a 100 matrizes) e trabalham para a produção de principalmente carne ou coelhos *Pet*, embora haja secundariamente a produção de peles, adubos, animais para pesquisa, artesanato etc, sendo esses coprodutos muito pouco aproveitados.

Deve-se chamar atenção para o fato de que muitos órgãos de fiscalização agropecuária, que fazem o censo dos efetivos de animais, não o realizam da maneira mais adequada e que em várias cidades onde há coelhos, há histórico da ausência desses animais. Além disso, vários coelhos de estimação não são considerados. Assim, se acredita que a população cunícola relatada no censo de 2006, bem como a população estimada pelo sistema FAOSTAT, estejam subestimadas, conforme comentado também por Moura (2010) e Machado (2012).

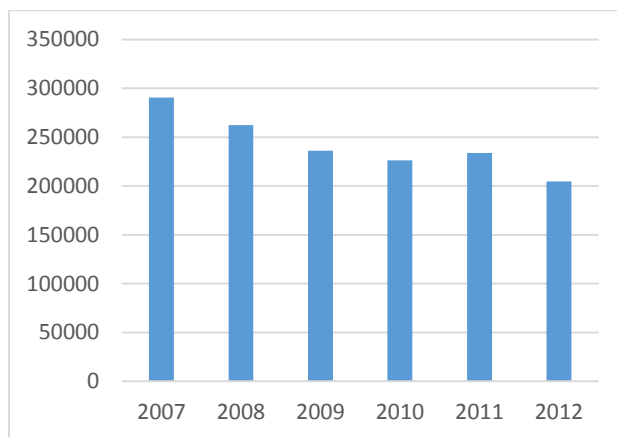


Gráfico 01 – Evolução da população de coelhos no Brasil –

Fonte: Adaptado de [www.sidra.ibge.gov.br](http://www.sidra.ibge.gov.br)

Considerando-se a cunicultura para produção de carne, atualmente não se conhece sua real produção total no Brasil. Alguns criadores mais experientes relatam uma produção de 20 a 25 toneladas por mês, sendo talvez essa quantia a produzida e fiscalizada no

Estado de São Paulo. Há de se frisar que o coelho é criado em outras partes do Brasil e que a maior quantidade de animais destinados ao abate é realizada sem fiscalização e comercializada regionalmente pelos próprios cunicultores. Dados do sistema



FAOSTAT (2014) apontam para uma produção de 1.635 toneladas para o ano de 2012 e que, conforme comentado também por Moura (2010), o Brasil está entre os sete países da América Latina que produzem mais de 1.000 ton./ano de carne de coelho. Embora haja tido crescimento na produção de carne de coelho a níveis mundial e de América Latina, nos últimos anos a produção de carne de coelho brasileira vêm diminuindo (Moura, 2010).

#### **b) Organização do setor**

O setor produtivo de coelhos no Brasil se encontra, de maneira geral, pouco organizado. Há algumas iniciativas locais, que contemplam produtores, abatedouros, fábricas de ração, distribuição e aproveitamentos de coprodutos etc (Machado, 2012).

São poucas as associações e cooperativas existentes, havendo menos de dez grupos estruturados em atividade. Deve-se ressaltar que a organização dos cunicultores em núcleos é fundamental para o sucesso dos empreendimentos (Machado, 2013). O cunicultor é o elo mais fraco da cadeia produtiva e assim é quem ficará com a menor parte dos lucros. Deve-se considerar que os produtores trabalham de forma individualista e quase não recorrem às

organizações, parcerias, instituições etc. A organização dos elos, bem como o diálogo e colaboração entre os mesmos, seria fundamental para crescimento setorial. É necessário destacar que há o trabalho isolado de alguns cunicultores que buscam alternativas para conseguir financiamento governamental ou ainda na organização de grupos de cunicultores. É fundamental também que o setor acadêmico trabalhe em conjunto com o setor produtivo, buscando melhorias aplicáveis aos problemas e desafios do campo. Essas melhorias não podem ser propostas somente para o meio científico. As informações geradas pela pesquisa devem ser divulgadas de maneira que proporcionem fácil entendimento e aplicabilidade.

#### **c) Produtores de animais para abate**

A maior parte dos cunicultores brasileiros criam animais para abate. Os frigoríficos dão preferência pela aquisição de animais que pesem de 2,3 a 3,0 kg, fornecendo carcaças que variam de 1,2 a 1,6 kg. A maior parte da carne é comercializada na forma de coelho inteiro. Praticamente não há venda de cortes, processamento de carne e venda de material processado como linguiças, presunto, molho de carne, hambúrguer,



etc, o que seria muito importante para facilitar as vendas.

A maior parte dos produtores de carne está localizada no centro sul do Brasil, ainda que próximo a outras metrópoles das demais regiões existam cunicultores. Deve-se destacar o Estado de São Paulo, que aloja o frigorífico com maior potencial de abate, sendo o único com habilitação para exportação. Nesse Estado, principalmente nos anos de 2010, 2011 e 2012, a cunicultura foi muito estimulada, através de campanhas diversas, principalmente na mídia televisiva. Atualmente, um grupo de cunicultores da região de Brasília vem verificando, junto ao Governo Federal, a possibilidade de inclusão da carne de coelho na merenda escolar.

A raça mais utilizada para abate no Brasil é a Nova Zelândia Branca, havendo também muitos animais de outras raças de porte médio, como a Californiana e Chinchila, e animais sem raça definida. Somente uma linhagem comercial foi desenvolvida no Brasil, a Botucatu, apresentando elevado potencial para produção de carne e habilidade materna. Não houve introdução de material genético novo nos últimos anos, como havia acontecido no Uruguai, como relatado por Denes (2006).

Na produção de animais para abate, a margem de lucro é muito baixa, principalmente em função dos altos custos de produção envolvidos na atividade e o risco é muito elevado, pois os cunicultores são dependentes de fatores como aceitação pelos frigoríficos, transporte, aquisição de rações, dentre outros. O preço pago por quilo de animal vivo na região sudeste varia normalmente em torno de R\$ 5,60 a 6,00 (US\$ 2,30 – US\$ 2,71), sendo muitas vezes inviável conforme custos com transporte e alimentação dos animais, dentre outros fatores. Recentemente, alguns cunicultores da região de Brasília – DF, relataram que têm conseguido um preço de R\$ 8,00 (US\$ 3,62) por kg de coelho vivo, sendo o valor mais elevado já registrado. Ainda em Brasília outros cunicultores pagam R\$ 4,50 (US\$ 2,03) pelos serviços do abatedouro, comercializando após a carne do animal de forma independente.

Muitos cunicultores abatem os animais e comercializam por conta própria, estando essa situação em contradição com a legislação brasileira, a qual é extremamente rigorosa e burocrática no que se refere a comercialização de carnes. Além disso, não é uma prática comum na cunicultura brasileira a celebração de contratos entre

os envolvidos. Nesse sentido, a todo momento, a cautela tem sido a palavra chave para os novos empreendimentos em cunicultura.

A produção de coelhos com um modelo similar ao sistema integrado usado na avicultura, foi realizada no sul do Brasil há alguns anos, conforme apresentado por Militão (2011). Neste modelo o produtor investe na construção dos galpões, compra de equipamentos e a empresa integradora fornece assistência técnica e demais insumos, garantindo a comercialização do produto. Embora interessante, o sistema não teve sucesso.

Em relação à procura por animais para abate, a mesma se elevou por parte dos frigoríficos, havendo também procura de carne pelo mercado internacional. Percebe-se que embora haja poucos criadores no Brasil, a quantidade demandada é muito superior a atual oferta.

Além de produzirem animais para abate, grande parte dos cunicultores aproveita algum subproduto da atividade, mesmo que de forma artesanal, ainda que o grau de aproveitamento esteja aquém do ideal. Alguns comercializam a pele *in natura* ou processada, embora a maior parte dos cunicultores elimina esse material por

não ter condições e volume mínimo para estocar e entregar. Considerando umas poucas exceções, praticamente não há explorações destinadas exclusivamente a produção de peles, utilizando raças específicas. Há ainda interessados que compram as peles *in natura* a um preço médio de R\$ 2,00 (U\$ 0,90). Essa pele é processada para agregação de valor, sendo vendida a preço mais elevado. Deve-se chamar atenção ao fato de haver grande procura por peles brasileiras no mercado internacional, não sendo ainda possível essa exportação, principalmente por problemas logísticos, pois a quantidade necessária para fechar um *container* seria de aproximadamente 70.000 peles, estando acima da capacidade de produção das cooperativas, núcleos e associações de produtores nacionais.

Outros cunicultores conseguem diversificar benefícios a partir da atividade. Os mais tradicionais comercializam matrizes e reprodutores adultos que normalmente são vendidos a um preço mínimo de R\$ 100,00 (U\$ 45,00). O mercado para comercialização de pelo angorá é altamente restrito, existindo no Estado do Rio Grande do Sul, onde pouquíssimos cunicultores ainda exercem essa atividade. O esterco de coelhos é um subproduto altamente

valorizado, principalmente por horticultores e floricultores. Muitos cunicultores comercializam esse material sendo uma importante fonte para complementação da renda. A partir do abate de animais, poucos criadores e frigoríficos detêm as informações sobre a venda de outros subprodutos como vísceras, sangue, olhos, cérebro etc. Laboratórios pagam bem pelos animais destinados para estudos e assim, alguns cunicultores vem conseguindo bons lucros oferecendo animais para esse fim. Esta atividade é realizada com elevada burocracia por parte das empresas que compram, pois a legislação brasileira é muito rigorosa. Dessa maneira, há favorecimento de atravessadores que trabalham muito bem toda a documentação.

Há incipiência referente à adoção de uma certificação da qualidade e segurança alimentar na produção da carne de coelhos e tão pouco há exigências por parte de políticas públicas governamentais.

Embora haja relato de problemas com mixomatose terem ocorrido em 2008 no estado do Rio de Janeiro (Bruno et al., 2008), não há no mercado vacinas para os coelhos. Não há outros problemas graves comparados ao ocorrido no Uruguai, país vizinho ao

Brasil, que teve sérios problemas com a enfermidade hemorrágica viral (Denes, 2006).

Diferentemente de como ocorre na Argentina, conforme relatado por Douna (2007) e Moura (2010), no Brasil não há exportação regular de carne de coelhos. Há somente um frigorífico, localizado no estado de São Paulo, habilitado para exportações. Provavelmente, as condições tarifárias e de conversão monetária praticadas no Brasil não sejam no momento atrativas ou favoráveis como no país vizinho. Além disso, o volume produzido no Brasil ainda é muito reduzido.

Há perspectivas de crescimento da produção de carne de coelho, haja vistas o envelhecimento da população, maior preocupação com produtos de alta qualidade além de ser uma atividade sustentavelmente correta (Ferreira e Machado, 2007; Ferreira et al.; 2010). Deve-se considerar também que vários estudos vêm apontando o Brasil como o futuro celeiro mundial, o que contribuirá para crescimento de todas as atividades de produção animal.

Contudo, o mercado brasileiro é carente de uma coordenação que faça a comercialização e marketing, facilitando o contato entre os produtores e

refrigerados, além de realizar vendas e coordenar entregas.

#### **d) Produtores de animais de estimação (*Pet*)**

A produção de animais de estimação (*Pet*) é de extrema importância para a cunicultura brasileira. Não se pode desprezar que um proprietário de coelho é também um consumidor de insumos com amplo potencial de compra, ainda que não se tenha muito claro se o mesmo se constitui em consumidor de carne de coelhos. No Brasil há amplo espaço para crescimento das duas linhas (abate e *Pet*), sem que haja competição entre as mesmas ou inibição por parte dos consumidores.

Dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação revelaram que em 2012, o Brasil era o 4º maior país no mundo em número de animais de estimação, havendo 2,17 milhões de outros animais, incluindo coelhos, répteis e pequenos mamíferos e excluindo os peixes de aquário que elevaria em muito este volume. Ainda em 2012, o setor de animais de estimação movimentou cerca de 14,2 bilhões de reais (US\$ 6,62 bilhões) sendo o segundo maior mercado, juntamente com o Japão,

respondendo por cerca de 8,0% do faturamento mundial. Chama-se atenção para o fato de já ter sido solicitado ao órgão competente que para 2016, o censo dos coelhos seja efetuado de maneira separada.

Nos últimos anos, principalmente a partir da popularização da internet, a cunicultura *Pet* cresceu de maneira muito significativa (Ferreira et al., 2010). Na época atual, as famílias estão cada vez mais reduzidas, o número de pessoas que moram sozinhas vem se elevando e o número de animais de estimação está cada vez maior. Os coelhos de estimação possuem elevado valor agregado, principalmente os advindos de raças anãs. O preço de venda é variado, podendo um animal ser comercializado na média por cerca de R\$ 80,00 (US\$ 36,30) a R\$ 150,00 (US\$ 67,87). São as raças mais utilizadas para esse fim no Brasil o mini *Lyon Head*, mini *Fuzzy Lop*, *Netherland* anão (*Dwarf*), mini *Rex*, mini Holandês, Branco de *Hotot*, *Hermelin*, Polonês dentre outras em menor escala. Muitos cunicultores entraram recentemente no mercado, estimulados pelo alto valor de venda desses animais, conseguindo bons lucros a partir de um plantel relativamente pequeno. Além dos animais, muitos vendem acessórios como gaiola, roupas,

brinquedos bem como ração e feno empacotado, sendo isso fundamental para elevação dos ganhos e sucesso da atividade.

A venda e comercialização dos coelhos de estimação é feita principalmente pela internet, através de *sites* particulares, sites de venda ou redes sociais. A comercialização também é realizada através de feiras ao ar livre e pet shops. É fundamental que esse cunicultor seja criativo e esteja localizado preferencialmente próximo a um grande centro. É muito importante também que haja um aeroporto comercial nas proximidades, para que o envio de animais por via aérea seja facilitado.

Com o propósito de se estimar o potencial desse mercado atualmente no Brasil, ao se inserir a expressão chave “Mini Coelho”, um buscador tradicional de internet localiza 7.750.000 resultados. Também em *sites* específicos de venda a quantidade de animais ofertada é muito grande. Ao se consultar o *Facebook* com a expressão “Mini Coelho” a quantidade

de perfis e grupos é imensa, não sendo possível a contagem. Das 34 propriedades cadastradas gratuitamente no website da ACBC, 25 vendem raças de coelhos PET.

Contudo, há um grande mercado de itens e serviços específicos para mini coelhos a ser explorado. Há pouquíssimas lojas, serviços ou produtos específicos para esses animais. Não há gaiolas para alojamento com tamanho adequado bem como com itens de enriquecimento ambiental ou alimentos específicos formulados tecnicamente para esta atividade. Chama-se atenção para o fato de que no ano de 2013, houve a criação de um pequeno negócio de estética cunícola, localizado na cidade de Salvador – Bahia.

Foi verificado também que existem outros sítios que comercializam itens específicos, como roupas, acessórios e guloseimas. Recentemente foi criado também um sítio para compra e venda de animais (Figura 01), sendo essa ideia iniciada por tradicionais cunicultores do estado de São Paulo.



Figura 01 – Site brasileiro específico para compra e venda de animais de companhia, criado por tradicionais comunicadores

### e) Instituições de ensino e pesquisa

O Brasil é um país com muitas instituições de ensino superior e várias destas mantem cursos nas áreas de ciências agrárias ofertados em universidades públicas e privadas, faculdades e institutos federais. Ao longo dos últimos trinta anos, se destacaram os grupos de pesquisa das Universidades Federais do Ceará (UFC), Lavras (UFLA), Minas Gerais (UFMG), Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e Santa Catarina (UFSC) e das Universidades Estaduais de Maringá (UEM) e Paulista (UNESP/Campi de Botucatu e Jaboticabal) além de existirem tantos outros bons pesquisadores em pelo menos trinta instituições de ensino, pesquisa e extensão. Verifica-se hoje que as disciplinas específicas de cunicultura são oferecidas invariavelmente como optativas e que os docentes encarregados

igualmente realizam esforço de pesquisa e ensino com outras espécies de produção. A ACBC vem auxiliando na distribuição de materiais bibliográficos e de apoio para consulta aberta à comunidade acadêmica.

Conforme discutido por Machado (2012) nos últimos anos houve redução na porcentagem de cursos de Zootecnia que mantêm um setor de cunicultura estruturado. Em 2001, 63,4 % dos cursos possuíam este setor de produção e em 2011, apenas 42,0% dos cursos o mantinham. Deve ser enfatizado que o principal motivo para esse fato foi o espantoso crescimento do número de cursos de graduação em Zootecnia no Brasil e que normalmente, os setores de produção animal menos tradicionais, como o de cunicultura, não são priorizados nos primeiros anos dos cursos recém criados.

Uma situação preocupante na pesquisa em cunicultura é esperada para os próximos anos, pois reconhecidos pesquisadores da área estão se aposentando sem que se observe uma nova geração de investigadores, o que poderá resultar em impacto importante na pesquisa bem como no número de trabalhos publicados em cunicultura.

#### **f) Fabricantes de ração**

Existem mais de 40 empresas que produzem rações para coelhos no Brasil. Não se sabe exatamente o volume total produzido anualmente, mas conforme informações pessoais obtidas, a quantidade produzida é muito superior ao necessário para alimentar a população de coelhos estimada pelos censos. A ração de coelho também é utilizada para outros animais herbívoros de pequeno porte.

Embora muito se tenha produzido de conhecimento científico sobre nutrição de coelhos no Brasil, a maior parte dessas informações “não chegou amplamente ao comedouro dos animais”, ou seja, muitos fabricantes ainda pecam sobre a correta formulação das rações comerciais para coelhos. Alguns fabricantes relatam que o volume demandado no mercado é muito baixo o

que desmotiva o interesse em investir na qualidade deste produto.

A maior parte das rações é vendida a preços elevados. Muitas não consideram a inclusão de uma fonte fibrosa de boa qualidade. São encontradas no mercado basicamente três tipos de ração: a caseira, de baixa qualidade e vendida em lojas agropecuárias e supermercados, a industrial para crescimento e a industrial para reprodução, sendo estas de melhor qualidade, obtidas a partir de um representante comercial. Há ainda um segmento em crescimento que é o de rações para coelhos de estimação, de alto valor agregado, sendo vendida a preços elevados sem nenhuma justificativa aparente.

A legislação brasileira é ausente no tocante à exigência de níveis nutricionais adequados para as rações bem como na declaração de níveis mínimos e máximos dos nutrientes. Para se exemplificar essa situação, é exigido que a rotulagem apresente o nível máximo de matéria fibrosa, enquanto que para coelhos deveria ser necessário declarar o nível mínimo associado à concentração energética.

Poucos são os cunicultores que negociam maiores quantidades ou a granel diretamente com o fabricante ou



seus representantes ou mesmo que produzam suas próprias rações, situações estas que poderiam reduzir preços e proporcionar maior viabilidade do sistema.

### **5) Buscando entender os problemas**

No Brasil, os problemas da cunicultura sempre foram e continuam sendo muitos. A maior parte está relacionada à falta de estrutura e organização do setor, agravadas ainda pela falta de diálogo. Duarte (2011) lembra que se por um lado o consumo da carne no Brasil é inexpressivo devido à baixa produção, por outro lado a produção é baixa devido ao consumo inexpressivo, tornando-se um círculo vicioso. O autor lembra ainda que o cunicultor é o ator mais fraco e onerado na cadeia produtiva, pois de um lado é dependente dos insumos de produção e do outro se torna mero fornecedor de matéria prima para a indústria. Sendo assim, o produtor está submetido a um risco muito elevado. Não há uma instituição faça a comercialização e marketing o que dinamizaria o contato entre os produtores e frigoríficos, além da possibilidade de realizar vendas e coordenar entregas.

Embora haja falta de uma política específica para a cunicultura no Brasil, não faltam créditos e oportunidades de empréstimo para pequenos investimentos. O Governo Federal disponibiliza recursos para início das atividades a juros muito baixos, desde que toda a documentação seja satisfeita. Contudo, devido ao elevado risco da atividade produtiva, a maioria dos cunicultores se sente insegura para acessar esses recursos.

Mas, então como esses problemas poderiam ser minimizados? Conforme apontado por Ferreira e Machado (2007) e Ferreira et al. (2010), há de se destacar os seguintes aspectos críticos, considerando principalmente os cunicultores que trabalham para produção de animais para abate: falta de políticas públicas específicas de incentivo à atividade; trabalho dos cunicultores de forma isolada sem organização; necessidade de melhoria do material genético disponível; falta de abatedouros e inexistência do processamento da carne; falta de especialistas em cunicultura; falta de materiais e equipamentos de boa qualidade, principalmente gaiolas; preconceito e desconhecimento da população em relação às qualidades nutricionais da carne de coelho; falta de

investimentos e de estudos referidos à promoção da saúde dos animais e carne de alto preço ao consumidor final. Deve ser enfatizado que a carne do coelho no Brasil ainda é uma mercadoria elitizada, que apresenta alto custo para venda, sendo na maioria das vezes vendida como carne exótica. Um quilo de carne de coelho chega a custar cerca de R\$ 35,00 (US\$ 15,83) nas grandes redes de supermercados. Se vendida a um preço mais acessível, a quantidade de carne comercializada poderia ser bem maior. Outro ponto a ser destacado é que a carne de frango compete diretamente com a carne de coelho, sendo que a primeira apresenta valor de venda ao consumidor muito baixo. É comum o quilo de carne de frango ser vendido a preços inferiores a R\$ 5,00 (US\$ 2,26).

Em pesquisa realizada no fórum de cunicultura, e não publicada, realizada em 2012 com 12 colaboradores de vários Estados brasileiros, confirmou-se as observações feitas por Ferreira e Machado (2007), e foram apontados os cinco principais problemas: a falta de abatedouros certificados; falta de profissionais especializados em sanidade cunícola bem como estudos na área; alto custo de aquisição de rações e dificuldades de fabricação na granja; falta de oportunidades de financiamento

ou apoio governamental e dificuldade de acesso a literatura específica com pouca informação dos cunicultores. Além desses cinco, ressaltados também a pouca oferta de rações de boa qualidade; falta de assistência técnica adequada; dificuldade na aquisição de reprodutores superiores geneticamente; dificuldade na comercialização de subprodutos; dificuldades de legalização e pouca divulgação da atividade.

Deve-se enfatizar que a atividade de cunicultura apresenta risco elevado. No estado de São Paulo, nos últimos anos, houve uma grande queda na produção, após vários investimentos que fracassaram. Alguns cunicultores relataram que tiveram que diminuir seus plantéis, o que contribuiu para redução da produção. Associado a isso, o preço das rações se elevou demasiadamente, sendo comum a comercialização ao preço de R\$ 1,50 (US\$ 0,68) por kg.

Deve se destacar o elevado rigor e burocracia da legislação brasileira para a construção de um abatedouro legalizado, o que contribui muito para elevação da clandestinidade no abate de animais. Para se ter uma ideia do problema, praticamente não há carne de coelho abatido legalmente no sul do Brasil, região que é apontada com maior contingente de coelhos conforme o

IBGE (2006). Além disso, a nova legislação sobre bem estar animal colabora para que hajam novas barreiras a serem superadas por cunicultores que fornecem animais para laboratórios.

Dessa forma, fica clara a dimensão dos problemas da cunicultura brasileira. Não será fácil a resolução da maioria delas em curto prazo. É necessário que o setor se organize, para pouco a pouco minimizar esses problemas. Os interesses coletivos devem ser priorizados aos individuais. Um agente para coordenar a comercialização e marketing é também fundamental.

## 6) A Associação Científica Brasileira de Cunicultura (ACBC)

A ACBC atua principalmente na promoção e divulgação da cunicultura brasileira, tendo hoje papel de destaque na construção do diálogo entre todos os envolvidos. Foi formada em 1996, por professores e pesquisadores cunícules da época, sendo atualmente uma afiliação da Associação Mundial de Cunicultura, entidade mundial que busca reunir os interessados na arte e ciência da cunicultura.



Figura 02 – Foto histórica de reunião da ACBC ocorrida em 1996, presidida pela prof. Dra. Marília Padilha

Embora conte atualmente com número reduzido de associados, dentre professores, pesquisadores, estudantes e cunicultores, a ACBC vêm buscando e possibilitando maior entendimento do agronegócio cunícula no Brasil, tendo papel importante na interlocução do

setor, discussão dos problemas, bem como na prestação de informações relacionadas à cunicultura. Além de reuniões científicas, promove importantes eventos, apoia e presta suporte técnico gratuito aos cunicultores em fóruns de discussão *on line*, mantem

um importante *site* ([www.acbc.org.br](http://www.acbc.org.br)) com informações diversas disponíveis a todos os interessados, distribui gratuitamente uma compilação de publicações diversas e publica semestralmente a Revista Brasileira de Cunicultura (RBC).

### **7) Ações realizadas pela ACBC**

Durante os últimos anos, a ACBC buscou favorecer o diálogo entre as diversos elos produtivos, bem como auxiliar os cunicultores no que fosse possível. A associação incentivou a organização de novas associações e cooperativas. Além disso a ACBC vem sendo muito procurada por várias pessoas, de variadas empresas, instituições ou interessados na atividade. Foram recebidas perguntas originadas do exterior, ministério da agricultura pecuária e abastecimento, revista recreio, jornais, Itamarati, cunicultores em geral, sites, de interessados na atividade, etc. Dessa forma, acredita-se que a ACBC exerce atualmente importante papel como órgão consultivo, devendo-se destacar também o papel de interlocução, promovendo melhorias no entendimento e diálogo, auxiliando na resolução dos problemas ligados à cunicultura. A seguir, são apresentadas as principais ações realizadas pela ACBC desde 2010.

#### **a) Criação de grupos de discussão visando melhoria do diálogo**

Em 2010 foi criada uma lista de contatos por e-mails, a partir de alguns endereços de docentes dedicados a cunicultura ou colhidos em trabalhos científicos. A partir daí nos meses seguintes, a lista foi incrementada a partir de vários e-mails obtidos no meio acadêmico. O movimento ganhou força a partir da entrada dos cunicultores, intensificando as discussões sobre assuntos e problemas diversos. Atualmente essa lista consta com mais de 300 nomes de cunicultores, estudantes, professores, pesquisadores, técnicos, interessados, etc.

Um grupo mais especializado foi criado no *googlegroups*, sendo chamado de cunicultura-brasileira. Este grupo conta com cerca de 100 pessoas, principalmente produtores de animais para abate ou animais de companhia.

Desde quando foi criado, foram discutidos vários temas de interesse dos cunicultores, tais como uso de ninhos aquecidos, mixomatose em coelhos – prevenção, sarna em coelhos – prevenção e tratamento, comercialização de animais, montagem de abatedouros – documentação e estrutura, legislação e registros de empreendimentos, linhas de

crédito e apoio governamental para pequenos empreendedores, qualidade de rações, registro e documentação para estabelecimentos, mortalidade de lâparos etc.

Percebe-se que o grupo é muito importante no auxílio aos cunicultores para a resolução de dúvidas e problemas, embora nos últimos anos se tenha verificado uma gradual redução na participação. Nota-se também que após 4 anos, essas estratégias foram fundamentais para melhoria do diálogo entre o setor de cunicultura, pois grande parte dos cunicultores já sabem onde buscar novas informações. O fórum é essencial também para aqueles iniciantes em cunicultura.

#### **b) Criação de uma página na internet para divulgação de atividades e informações técnicas**

A ACBC mantinha um sítio na internet quando sua sede era localizada na cidade de Maringá. Contudo, a atualização era difícil, sendo o site muito limitado, haja vista que era vinculado ao site geral da Universidade Estadual de Maringá.

Em 2011, a nova gestão da ACBC iniciou um sítio com domínio específico (.org), o que favoreceu a atualização e disseminação de informações. Hoje o sítio [www.acbc.org.br](http://www.acbc.org.br) acumula mais de 300.000 visualizações de página, recebendo cerca de 400 destas por dia e é o primeiro site a ser localizado pelo *google* a partir da palavra chave “cunicultura”. O site apresenta notícias, notas técnicas, informações diversas sobre o setor, informações sobre a associação, publicações, materiais para *download*, links interessantes, sendo extremamente importante para disseminação de informações em cunicultura.

Dentre as notícias, a criatividade dos cunicultores é sempre destacada, sendo noticiados também intensões de compra, resultados de pesquisas, curiosidades, bem como informações diversas da cunicultura.

Através do site a ACBC tem dado também apoio aos frigoríficos no sentido de divulgar as intenções de compra bem como oportunidades.



Figura 03 – Site da Associação Científica Brasileira de Cunicultura

### c) Organização e distribuição de um CD de publicações

Em 2010 a diretoria da ACBC iniciou uma atividade de compilação de trabalhos técnicos e acadêmicos para distribuição gratuita, sendo a atualização realizada a cada dois anos. Esse material foi reunido em um CD, que é enviado de forma gratuita aos interessados. Durante esse tempo foram digitalizados e recuperados diversos materiais antigos e valiosos. Já foram distribuídas mais de 300 unidades deste material para todo o país.

### d) Elaboração de material didático

- Manual de formulação de ração e suplementos

Considerando que quase não há padronização das rações de coelhos no

Brasil e que a maior parte das rações não atendem às exigências nutricionais da espécie, a ACBC elaborou em 2011, um manual de formulação de rações e suplementos para esses animais, apresentando informações sobre as necessidades nutricionais, valor nutritivo dos alimentos, níveis de inclusão bem como estratégias práticas de elaboração das rações e suplementos. Uma segunda edição deste material, revista e ampliada, foi publicada em 2014.

#### - Manual prático de cunicultura

Considerando que havia grande carência de materiais de fácil leitura para os produtores, a ACBC elaborou em 2012, um manual prático em cunicultura, que está disponível no site da ACBC e é bastante procurado por todos os seguimentos.

#### - Notas técnicas

As notas técnicas procuram atender à lacunas e problemas que são observadas no cotidiano das granjas. São elaboradas por profissionais e disponibilizadas no site da ACBC. São exemplos de notas técnicas elaboradas e já disponibilizadas: “Transporte de coelhos aos frigoríficos”, “Coelhos PET, mini ou anões”, “Gestão de custos” e “Mortalidade de láparos”, sendo esta última elaborada a partir da colaboração de 12 pessoas, dentre professores, estudantes e produtores, buscando-se entender e propor soluções para o elevado problema de mortalidade de láparos.

#### **e) Realização de eventos**

Conforme destacado por Machado (2013), os eventos em cunicultura são de extrema importância para promover o diálogo entre os diferentes envolvidos, bem como para apresentar e discutir novas propostas e tecnologias para o setor. Devem haver eventos para que todos os seguimentos participem. A seguir são apresentados alguns eventos realizados no Brasil nos últimos anos.

#### - Mini-cursos de cunicultura

Os mini-cursos são essenciais para divulgação da atividade e treinamento de mão de obra. São realizados em diferentes cidades e estados, na maioria das vezes de forma independente. Nos últimos anos foram realizados, de forma institucional ou independente, cursos em Uberaba (MG), Viçosa (MG), Lavras (MG), Cuiabá (MT), Foz do Iguaçu (PR), Botucatu (SP), Areias (PB), etc. É necessário que se aumente o número de mini-cursos bem como seja levado a regiões menos tradicionais.

#### - Dia do cunicultor

O dia do cunicultor foi um evento realizado em 2011, na cidade de Esteio-RS, por realização da EXPOINTER, maior feira agropecuária da América Latina. Nesta ocasião, se tentou retomar a realização de eventos específicos em cunicultura, que são essenciais para promover melhorias no diálogo entre os elos da cadeia produtiva, bem como para apresentação de novas tecnologias. Reuniram-se cerca de 70 pessoas entre produtores, estudantes, profissionais e professores. Percebe-se que o evento foi muito importante para maior mobilização do setor, bem como serviu de estímulo para cunicultores



continuarem na atividade além da elevação da autoestima.



Figura 04 – Dia do cunicultor realizado em 2011, em Esteio-RS.

#### - Seminários Nacionais de Ciência e Tecnologia em Cunicultura

Os Seminários Nacionais de Ciência e Tecnologia em Cunicultura (SENACITEC) são eventos nacionais que buscam apresentar e discutir assuntos gerais de interesse do setor. No final da década de 90, foram realizadas 3 edições. Em 2012, o IV SENACITEC foi realizado na cidade de Botucatu-SP, sendo um marco para a promoção e divulgação da cunicultura, pois

proporcionou amplo diálogo, publicação de trabalhos, palestras, mini-curso e homenagem. Em 2013, foi realizado o V SENACITEC concomitantemente ao ZOOTEC 2013, maior multi evento da Zootecnia brasileira, ocorrido em Foz do Iguaçu-PR. Atualmente se estuda a melhor forma para realização deste evento, seja de forma conjunta a um multi evento ou realizado de forma isolada.



Figura 05 – Abertura do IV SENACITEC, ocorrido em 2012 na cidade de Botucatu - SP

#### - Reuniões do setor produtivo

Embora não organize de forma direta, a ACBC apoia as reuniões do setor produtivo, as quais são essenciais para incrementar o diálogo do setor, afim de se identificar os problemas e apontar possíveis soluções.

Em agosto de 2010 foi realizada a primeira reunião, onde participaram

cerca de 12 pessoas, principalmente produtores. Após várias discussões fora do foco principal, não foi atingido o objetivo principal, que era a formação da confederação nacional. Em 2011, por ocasião da realização do dia do cunicultor, foi realizada nova reunião, onde foram discutidos e propostos novos negócios.



Figura 06 – Primeira reunião do setor produtivo em cunicultura, realizada em 2010, em Esteio-RS

#### - Feiras de animais organizadas por produtores

A ACBC apoia a divulgação de feiras organizadas por cunicultores de

forma isolada bem como por associações e cooperativas. Essas feiras são fundamentais para comercialização de animais e para a divulgação da atividade.



Figura 07 – Exposição de coelhos na EXPOINTER, em Esteio-RS, concorrendo como a maior feira, exposição e julgamento de coelhos do Brasil.

#### f) Criação de uma revista Nacional

A criação de uma revista científica era um antigo anseio da associação. A partir da reunião da ACBC realizada em 2011, por ocasião do dia do cunicultor, se optou por implementar uma revista que publicasse assuntos gerais sobre o mercado em cunicultura,

além de artigos científicos e de revisão bibliográfica. Essa decisão foi de extrema importância para o crescimento da revista. Assim, em 2012, foi publicada a primeira edição da Revista Brasileira de Cunicultura (RBC), estando disponível no endereço [www.rbc.acbc.org.br](http://www.rbc.acbc.org.br).



Figura 08 – Sítio da Revista Brasileira de Cunicultura

Durante esses anos, a RBC foi procurada por vários interessados, principalmente

professores, pesquisadores, estudantes e cunicultores e em cinco edições, foram publicados 11 artigos

científicos, seis artigos de revisão bibliográfica, um artigo de extensão rural, dois artigos de opinião e quatro padrões raciais (Nova Zelândia, Castor Rex, Chinchila e Califórnia), além de outras informações diversas sobre o setor.

**g) Atendimento a cunicultores e interessados de todo país**

Além da organização do meio acadêmico, a ACBC tenta promover a cunicultura através do diálogo e orientação a produtores e interessados. O atendimento a essas pessoas, seja por telefone ou por correio eletrônico tem sido realizado de maneira ampla. Essa assessoria é muito importante para a promoção da cunicultura de maneira cautelosa e com maior segurança.

**h) Estímulo à formação de cooperativas e associações de cunicultores**

A ACBC tem estimulado a organização dos cunicultores através de

associações e cooperativas, pois acredita que uma das saídas para sucesso da atividade é a união dos produtores, conforme destacado também por Machado (2013). Um grupo será muito mais forte e estável, frente as oscilações do mercado, quando comparado a um cunicultor de forma isolada.

Em janeiro de 2014, se reuniram cunicultores, representantes da academia e setor de apoio à agropecuária, para que fosse criada a Associação dos Cunicultores do Brasil, a ACBRA. Essa associação terá papel fundamental na organização dos cunicultores brasileiros, auxiliando também na melhoria do diálogo entre os envolvidos na atividade.

Atualmente, a diretoria eleita dessa associação vem tendo diversos problemas de ordem burocrática para registros, o que tem contribuído para desestímulo e demora para o início da atividade. O nome desta associação está sendo mudado para “Associação de Cunicultores Pet e Corte” (ACPEC).



Figura 09 – Reunião para formação da nova Associação de Cunicultores

#### **i) Instituição de prêmio para profissional em destaque**

Para valorização das pessoas que dedicaram parte de sua vida à promoção da cunicultura, em 2012 foi instituído um prêmio para um profissional de reconhecida dedicação a essa atividade. Para o nome do prêmio, foi escolhido o nome da Dra. Laura de Sanctis, que foi uma extensionista que atuou na cunicultura nas décadas de 80 e 90, sendo uma pessoa intensamente dedicada ao desenvolvimento dessa atividade. A premiação já ocorreu nos anos de 2012 e 2013.

#### **8) Alterações recentes na procura de animais para abate**

Ao final do ano de 2013 e início de 2014, percebeu-se que os principais

frigoríficos da região sudeste brasileira aumentaram a procura por animais vivos para abate. Uma notícia relacionada foi noticiada na mídia e vinculada ao site da Associação (Figura 09). Os quatro principais frigoríficos do sudeste brasileiro manifestaram interesse na aquisição de animais vivos para abate. Alguns deles estão pagando R\$ 6,00 (US\$ 2,71) por quilo de animal vivo. Já no distrito federal, alguns cunicultores relataram que estão recebendo R\$ 8,00 (US\$ 3,62) por quilo, sendo o valor mais alto já noticiado.

A organização dos cunicultores em pequenos núcleos é muito importante para atendimento às demandas desses frigoríficos.



## Cunicultura paulista volta a crescer

Maio/2014



A cunicultura paulista passou por um período de leve turbulência nos anos de 2011 e 2012, onde alguns cunicultores haviam desistido da atividade. Aos poucos, o estado está retomando seu crescimento. Uma reportagem da rede globo enfatizou a atual falta de coelhos no mercado. O vídeo pode ser visualizado em:

<http://g1.globo.com/economia/agronegocios/noticia/2014/05/mercado-de-coelhos-esta-aquecido-e-madures-nao-atendem-demanda.html>

De uma maneira geral, percebe-se no Brasil, aumento da procura por animais vivos por parte dos frigoríficos dos estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

Figura 10 – Notícia vinculada no site [www.acbc.org.br](http://www.acbc.org.br) que relata a grande demanda por coelhos vivos para abate.

### 9) Próximos desafios

São muitos os desafios para que a cunicultura se transforme em uma atividade organizada, geradora de grande quantidade de bens e serviços. A seguir serão apresentadas novas ideias que estão sendo desenvolvidas pela ACBC, para implementação futura.

#### a) Cursos de formação inicial e continuada

É um dos projetos futuros da ACBC, a promoção de cursos de formação inicial e continuada em cunicultura, para que possa haver melhor qualificação dos cunicultores e profissionais de campo, sendo necessária a profissionalização dos envolvidos na atividade. Atualmente, os projetos pedagógicos desses cursos já estão sendo redigidos, devendo-se concretizar a partir de 2017.

É importante também que haja mais oportunidades de estágio nas granjas comerciais para os estudantes interessados.

#### b) Divulgação da atividade de cunicultura

Será importante a associação investir na divulgação da atividade de cunicultura bem como seus benefícios para a sociedade. Assim, a ACBC planeja imprimir folhetinhos informativos para distribuição. Além desse material impresso, esta campanha será feita também através de sítios, correios eletrônicos ou redes sociais, podendo ainda ser iniciada em 2014.

### c) Criação de um canal de divulgação de vídeos explicativos

Aproveitando a popularidade e facilidade do site “Youtube”, a ACBC planeja criar um canal para a divulgação de vídeos explicativos sobre a cunicultura bem como tratar de maneira simples e objetiva alguns problemas da atividade produtiva. Pensa-se na criação de um quadro denominado “Dr. Cuni” onde vários especialistas poderiam dar sua contribuição. Essa atividade poderá ser implementada em 2018.

### Considerações finais

O Brasil possui condições destacáveis para amparar o crescimento da cunicultura. Contudo, as dificuldades encontradas pelos cunicultores ainda são persistentes, destacando-se, principalmente, o elevado rigor da legislação brasileira. Há necessidade de uma entidade que organize a compra, venda e entrega de animais a nível nacional.

Os problemas identificados devem ser resolvidos a partir da melhoria do diálogo entre todos os atores envolvidos na cadeia produtiva, sendo que a união dos cunicultores deverá ser priorizada, ante ao individualismo. Além disso, o cunicultor deverá incrementar

sua produção, diversificando e comercializando além de coelhos vivos ou abatidos outros coprodutos e subprodutos da atividade cunícola.

### Referências bibliográficas

BRUNO S.F., SANCHEZ C.M.S., MATIAS A.S.A. 2008 Mixomatose: uma doença emergente no Estado do Rio de Janeiro e suas implicações na cunicultura nacional. **Revista do Conselho Federal de Medicina Veterinária**. v. 45, p. 68-71, 2008.

DENES D. W. Políticas y estrategias de desarrollo de la cunicultura en los países Americanos: Informe Uruguay. In: Congreso Americano de Cunicultura, **Anales...** 3. Maringá - Brasil, 2006.

DOUNA E. **Historia y situación actual de la cunicultura en Argentina**. Artículos Técnicos, 2007. Disponible en <http://www.engormix.com/MA-cunicultura/articulos/historia-situacion-actual-cunicultura-t1788/p0.htm>

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **Faostat – Production: livestock primary: rabbit meal**, 2012. <http://faostat3.fao.org/faostat->



[gateway/go/to/download/Q/QA/E](#) -

consultado em 02/07/2014

FERREIRA W. M., MACHADO L. C.  
Perspectivas da Cunicultura Brasileira.  
**Revista Veterinária e Zootecnia em Minas**, p. 41-44, 2007.

FERREIRA W. M.; MACHADO L. C.;  
RAMIREZ M. A.; FERREIRA S. R. A.  
The Rabbit Production in Brazil. In:  
Congresso Americano de Cunicultura,  
**Proceedings...** 4. Cordoba - Argentina,  
2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE  
GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Senso  
Agropecuário 2006 – Resultados  
preliminares. 2006. Disponível em:  
<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/2006/agropecuario.pdf>

MACHADO L. C. Opinião: Panorama  
da Cunicultura Brasileira. **Revista Brasileira de Cunicultura**, v. 2, n. 1,  
2012. Disponível em  
[http://www.rbc.acbc.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=63&Itemid=71](http://www.rbc.acbc.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=63&Itemid=71)

MACHADO L. C. Opinião:  
Organização, eventos e comunicação

em cunicultura. **Revista Brasileira de Cunicultura**, v. 4, n. 1, 2013.

Disponível em

[http://www.acbc.org.br/images/stories/Opinio\\_-\\_organizacao\\_eventos\\_e\\_divulgacao\\_em\\_cunicultura.pdf](http://www.acbc.org.br/images/stories/Opinio_-_organizacao_eventos_e_divulgacao_em_cunicultura.pdf)

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA,  
PECUÁRIA E ABASTECIMENTO –  
Assessoria de Gestão Estratégica.  
**Projeções do Agronegócio – Brasil 2012/13 a 2022/23 – Projeções de longo prazo**. 2013. Disponível em:  
[http://www.agricultura.gov.br/arq\\_edito\\_r/projecoes%20-%20versao%20atualizada.pdf](http://www.agricultura.gov.br/arq_edito_r/projecoes%20-%20versao%20atualizada.pdf)

MOURA A. S. A. M. T. Rabbit  
Production in Latin America. In:  
American Rabbit Congress,  
**Proceedings...** 4. Cordoba - Argentina,  
2010.

ROPPA L. Brasil: O consumo de carnes  
passado a limpo! **Aworld**, 2008. p. 10-14.

DUARTE C. L. G . Reflexão - A cadeia  
reprodutiva do coelho. **Cunicultura em Foco**, v. 1, p. 9-10, 2011.

MILITÃO L. Entrevista. . **Cunicultura em Foco**, v. 1, p. 11-12, 2011.

**SIDRA: Sistema IBGE de Recuperação automática.** Disponível em: <[www.sidra.ibge.gov.br](http://www.sidra.ibge.gov.br)>. Acesso em 16 de Julho de 2014.