

Caracterização da cadeia produtiva de carne ovina no Rio Grande do Sul, Brasil¹

Maria Eugênia Andrighetto Canozzi², Júlio Otávio Jardim Barcellos³, Fernanda Scharnberg Brandão⁴, Matheus Dhein Dill⁵, Elísio Camargo de Bortoli⁶, Jean Carlos dos Reis Soares⁷, João Armando Dessimon Machado⁸

Resumo - Este estudo objetivou analisar e caracterizar a cadeia produtiva da carne ovina do estado do Rio Grande do Sul, através de entrevistas semiestruturadas com agentes considerados *experts* na atividade, comparando suas opiniões sobre mercado, comercialização, perfil dos consumidores, percepções sobre o produto, *marketing*, diferenciação e perspectivas futuras. Os resultados demonstraram certa desestruturação organizacional da cadeia produtiva, decorrente da dificuldade no fluxo de informações entre os agentes e os elos produtivos. Entretanto, o mercado apresenta potencial de crescimento, principalmente se as ações estiverem direcionadas à diferenciação e à agregação de valor, com foco em mercados específicos, *marketing* responsável e coordenação dos processos produtivos.

Palavras-chave: Agronegócio. Consumidor. Ovino.

Characterization of sheep meat production chain in Rio Grande do Sul, Brazil

Abstract - This study aimed to examine and characterize the sheep meat chain in Rio Grande do Sul, Brazil, through semi-structured interviews with agents considered experts in the activity, comparing their views on the market, consumer perceptions, *marketing*, differentiation and future prospects. The results showed some disruption of the organizational chain, due to the difficulty for information flow between agents and productive linkages. However, the market has growth potential, especially directing actions to differentiate and add value, focus on specific markets, responsible *marketing* and coordination of production processes.

Key words: Agribusiness. Consumer. Sheep.

¹ Manuscrito recebido em 11/03/2013 e aceito para publicação em 24/03/2014.

² Méd. Vet., Doutoranda em Zootecnia, PPG Zootecnia – Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Bento Gonçalves, 7.712, 91540-000, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: mecanozzi@yahoo.com.br.

³ Méd. Vet., D.Sc., Prof. Associado PPG Zootecnia – Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Bento Gonçalves, 7.712, 91540-000, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: julio.barcellos@ufrgs.br. Pesquisador CNPq.

⁴ Méd. Vet., Doutoranda em Agronegócios, CEPAN – Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Bento Gonçalves, 7.712, 91540-000, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: ferbran@terra.com.br.

⁵ Méd. Vet., D.Sc. em Agronegócios, CEPAN – Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Bento Gonçalves, 7.712, 91540-000, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: matheusdill@hotmail.com.

⁶ Méd. Vet., M.Sc. em Agronegócios. Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, Campus Sertão. Rodovia RS 235, Km 25, Distrito Eng. Luiz Englert, 99.170-000, Sertão, RS, Brasil. E-mail: debortoli@sertao.ifrs.edu.br.

⁷ Méd. Vet., M.Sc. em Zootecnia, PPG Zootecnia – Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Bento Gonçalves, 7.712, 91540-000, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: soaresjean@hotmail.com.

⁸ Méd. Vet., D.Sc., Prof. Associado CEPAN – Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Bento Gonçalves, 7.712, 91540-000, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: joao.dessimon@ufrgs.br.

Introdução

A ovinocultura é considerada uma das principais atividades pecuárias no Rio Grande do Sul, com a produção de raças laníferas e mistas, sendo a expansão decorrente da valorização da lã, especialmente, no século passado. Contudo, a atividade perdeu competitividade no mercado internacional devido à entrada de materiais sintéticos na indústria têxtil, fazendo com que muitos produtores abandonassem a atividade, desestruturando a cadeia produtiva (VIANA e SILVEIRA, 2009; VIANA, REVILLION e SILVEIRA, 2013).

Atualmente, os principais problemas enfrentados pela ovinocultura estão relacionados com conflitos entre produtor rural e frigoríficos, abate de animais de descarte, baixa oferta do produto nas gôndolas dos supermercados e elevado preço da carne (PEREIRA NETO, 2004; FIRETTI et al. 2010). Além disso, estima-se que 90% da carne ovina consumida no país seja provenientes do mercado informal (SÓRIO e RASI, 2010).

Embora a atividade tenha enfrentado dificuldades nas últimas décadas, o aumento do poder aquisitivo da população e o incremento do abate de animais jovens trouxeram novas perspectivas para a ovinocultura. A carne ovina começou a ser mais apreciada, tornando-se o principal produto da atividade (VIANA, WAQUIL e SPHOR, 2010; ÁVILA et al., 2013; VIANA, REVILLION e SILVEIRA, 2013).

A produção de carne ovina no Rio Grande do Sul, entretanto, é insuficiente para atender à demanda do estado, sendo necessária a importação do produto, especialmente do Uruguai (COSTA, 2007; VIANA e SILVEIRA, 2009), fato que demonstra a existência de um mercado promissor para os agentes que compõem a cadeia produtiva. Em decorrência da importância econômica e social, a ovinocultura tem despertado maior atenção de governantes, técnicos e produtores, devido a mudanças significativas, como: intensificação da pesquisa voltada para produção de animais e beneficiamento de produtos, crescimento do nível organizacional dos produtores, aumento da inovação tecnológica, maior atuação dos agentes financeiros para facilitar o acesso ao crédito e aumento da demanda por produtos de melhor qualidade (CARVALHO, 2006). Entretanto, o processo de crescimento da produção de ovinos precisa ser acompanhado por melhorias técnicas

e gerenciais (KOUTROUMANIDIS et al., 2010), visando maior coordenação entre os agentes envolvidos.

Diante desse contexto, o trabalho objetivou caracterizar e analisar a cadeia produtiva de carne ovina do Rio Grande do Sul, a partir da visão de agentes *experts*, abrangendo aspectos de mercado, comercialização, perfil dos consumidores, percepções sobre o produto, *marketing*, diferenciação e perspectivas futuras.

Material e Métodos

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, com o propósito de identificar os principais entraves encontrados na cadeia produtiva de carne ovina no Rio Grande do Sul. Conforme Montigaud (1991), cadeia produtiva é um conjunto de atividades estreitamente interligadas (comercialização, industrialização e produção). Esse conceito serve como instrumento de descrição técnico-econômica, que possibilita evidenciar as capacidades produtivas, a natureza dos produtos finais, as estruturas de mercado e os tipos de ligações que se estabelecem entre os agentes.

Uma vez definido o termo cadeia produtiva, as informações da revisão bibliográfica foram utilizadas na elaboração do questionário semiestruturado, além de servirem como suporte para discutir e complementar as informações obtidas nas entrevistas com os *experts*. A metodologia utilizada nesse estudo é semelhante à pesquisa efetuada por Viana e Silveira (2009).

Com o auxílio de um questionário foram entrevistados 14 *experts* da ovinocultura do Rio Grande do Sul, por meio da utilização de amostragem não probabilística, escolhida por conveniência e julgamento do pesquisador. Os entrevistados foram três ovinocultores, dois médicos veterinários atuantes na produção de ovinos, cinco profissionais de instituições fomentadoras do setor e quatro representantes entre os setores de processamento, distribuição e varejo.

O instrumento de coleta utilizado permitiu que os questionamentos iniciais orientassem o surgimento de novas perguntas, configurando um diálogo entre entrevistado e entrevistador. Conforme Malhotra (2006), os procedimentos adotados são flexíveis e versáteis. Esse tipo de entrevista, também classificada como entrevista em profundidade, deve ser aplicada de forma direta, pessoal e individual. Além disso, é difícil manter o fraseado específico e a ordem na

formulação das perguntas em uma entrevista em profundidade, pois as respostas influenciam diretamente os questionamentos. Esse tipo de entrevista, apesar de levar mais tempo para exposição das ideias, permite um maior aprofundamento do tema (MATTAR, 1999).

O protocolo de entrevista foi composto por seis perguntas-tema referentes à caracterização da cadeia produtiva, mecanismos de comercialização, comercialização informal, perfil do consumidor, estratégias de *marketing* para a carne ovina e perspectivas futuras da atividade, permitindo, assim, obter opiniões sobre os principais elementos relevantes para a cadeia produtiva de carne ovina no Rio Grande do Sul. Após sua realização, as respostas foram transcritas *ipsis litteris*, sendo que a análise do conteúdo permitiu verificar as variáveis que se destacavam e compilar as opiniões semelhantes em planilhas eletrônicas.

Resultados e Discussão

Para a maioria dos entrevistados, a cadeia produtiva de carne ovina no Rio Grande do Sul é complexa e desorganizada, sendo escassas as informações inerentes aos sistemas produtivos e ao mercado (Figura 1). Esse resultado está de acordo com o relatado de Viana; Revillion e Silveira (2013), que evidenciaram a presença de uma cadeia produtiva desestruturada e heterogênea, e concluíram que a organização da atividade depende do delineamento de estratégias objetivas que visem à criação de valor aos produtos. Esses fatores, aliados à competição com os preços de carne ovina importada, são os principais limitantes mercadológicos para o desenvolvimento do setor (VIANA, WAQUIL e SPOHR, 2010).

De acordo com os entrevistados, os sistemas produtivos continuam apresentando índices produtivos baixos, não atingindo volumes significativos, acarretando em altos custos de produção e baixa eficiência econômica. As possíveis causas mencionadas foram a falta de gerenciamento da atividade, a escassez de mão de obra capacitada, a falta de profissionalização e a assimetria de informação entre os agentes envolvidos nas transações comerciais. Conforme Costa (2007), os acordos comerciais entre produtores e indústria permitem minimizar os custos de transação e reduzir as incertezas inerentes à comercialização.

Nesse sentido, a coordenação via contratos é imprescindível para o desenvolvimento

econômico da atividade, uma vez que foi observado que produtores e indústria, em algumas situações, agem de maneira oportunista. Além disso, inexistente um agente coordenador que determine as condições ideais de produção e comercialização. Contudo, alguns produtores estão buscando se organizar em grupos, valorizando e efetivando contratos com a indústria e, assim, profissionalizando e melhor gerenciando a atividade. De acordo com Viana; Dorneles e Moraes (2013), no período de 2000 a 2011, ocorreu uma tendência ascendente na oferta de carne ovina inspecionada no estado que, possivelmente, foi impulsionada pelo fortalecimento das relações entre produtores e frigoríficos.

Os representantes do setor de abate mencionaram que os altos custos operacionais e a falta de abatedouros específicos são dificuldades que prejudicam a eficiência econômica da atividade. Ademais, existe uma irregularidade na oferta de ovinos, que acabaram por prejudicar a comercialização da carne.

Tradicionalmente, o abate de ovinos no Rio Grande do Sul concentra-se nos meses de novembro, dezembro e janeiro, coincidindo com o período de maior demanda. Por outro lado, a oferta de carne ovina diminui nos meses de maio, junho e julho, sendo necessário importar carne do Uruguai para suprir a demanda interna. Esta sazonalidade está diretamente relacionada com o sistema de produção, limitando a disponibilidade do produto ao consumidor (VIANA, DORNELES e MORAES, 2013), consequência da fragilidade organizacional da cadeia produtiva de carne ovina do estado. Desse modo, os programas governamentais de fomento à ovinocultura, em conjunto com os produtores e frigoríficos, devem desenvolver ações com o objetivo de produzir e comercializar regularmente a carne ovina durante todo o ano.

Foi destacado que o segmento varejista está direcionando, principalmente, aos nichos de mercado localizados em regiões metropolitanas, sendo pontual a relação entre os elos produtivos e, quando existe, é eminentemente comercial. Conforme Eaton e Eaton (1998), os nichos de mercado são normalmente ocupados por produtos diferenciados e devem satisfazer determinadas necessidades, tornando-se uma importante estratégia de comercialização.

Nesse sentido, foi evidenciado que os consumidores e suas percepções perante a carne ovina estão fortemente atrelados aos apelos culturais. Contudo, a sazonalidade da oferta

dificulta a fidelização do processo de compra. Adicionalmente, o produto tem um público elitizado, considerado pelos entrevistados como possuidor de renda elevada (Figura 2).

O consumidor possui certas insatisfações perante a carne ovina, principalmente em relação à falta de cortes padronizados, excesso de gordura, assim como pela baixa praticidade de preparo. Outro ponto negativo para a imagem da carne ovina é o abate clandestino, a comercialização informal e o abigeato. Conforme Sañudo et al. (2000) requisitos como apresentação do produto, certificação e procedência, preço competitivo, cortes com baixo teor de gordura, macios e com sabor característico são valorizados pelos consumidores e podem ser um diferencial no momento da venda. Ademais, devido à diversidade dos sistemas de produção de cordeiros, as características sensoriais da carne são distintas, em decorrência das composições de ácidos graxos e *flavor* (sabor e odor), podendo também ser uma forma de estratégia na comercialização.

Nesse sentido, o desenvolvimento de estratégias de diferenciação e agregação de valor ao produto, em todos os níveis da cadeia produtiva de carne ovina, devem levar em consideração as expectativas dos consumidores. Os grandes grupos, principalmente frigoríficos e varejistas, os quais agem por influência da demanda, estão desenvolvendo ações promocionais, demonstrando que a carne ovina é merecedora de maior destaque. Por isso, fazer uso de estratégias que auxiliem na estruturação da atividade e a torne competitiva é fundamental para o progresso da ovinocultura. Conforme Viana; Revillion e Silveira (2013), isso é possível pela: i) diferenciação de produto; ii) uso de cortes especiais com embalagens diferenciadas; iii) direcionamento de investimentos para adaptação de plantas frigoríficas ao abate de ovinos e, conseqüentemente, decréscimo do custo operacional; e iv) desenvolvimento da imagem de produto regional com origem definida. Entretanto, existe a necessidade de pesquisas voltadas ao conhecimento de alternativas para a organização das cadeias produtivas relacionadas à ovinocultura, principalmente, no âmbito estadual.

Outro ponto importante é a descomoditização da carne ovina através da agregação de valor ao produto a partir da diferenciação. Da mesma forma, é necessário que a carne ovina esteja regularmente à disposição do consumidor nas gôndolas dos supermercados (Figura 3).

Zylbersztajn e Neves (2000) destacam que a diferenciação pode ser utilizada como estratégia mercadológica, com o objetivo de destacar os atributos do produto ao consumidor, tais como aparência visual, origem, sanidade, sabor, teor de ingredientes, durabilidade e métodos de produção.

Em se tratando de um produto diferenciado, a carne ovina pode ser oferecida em mercados específicos, em que os consumidores estão dispostos a pagar um preço *premium* por cortes especiais. Uma alternativa apontada nesse estudo seria a comercialização via nichos de mercado, podendo propiciar crescimento e estratégias de integração para suprir a demanda. Para tal, a utilização de marcas ou selos de certificação foi apontada por alguns agentes como meio para fidelização dos consumidores no mercado importador de carne ovina brasileira. Aliado a isso, a venda em lojas especializadas também foi considerada como um canal de comercialização alternativo, principalmente no contexto atual, sendo as grandes redes de varejo as principais responsáveis por esse processo. De acordo com Costa (2007), a disputa por consumidores poderá acelerar os processos de inovação, introduzindo novos produtos no mercado e/ou agregando valor a produtos antigos, conduzindo a uma redução no ciclo de vida dos produtos.

No que diz respeito a questões de *marketing*, a ambigüidade pode estar presente na ovinocultura, já que a cadeia produtiva ainda não é capaz de promover o consumo e atender a uma demanda maior que a atual. Para os entrevistados, diferenciar o produto é um procedimento importante e primordial para a construção de estratégias de *marketing* (Figura 4).

Os problemas apontados no mercado da carne ovina concentram-se na ausência de coordenação capaz de determinar condições ideais de compra e venda. A indústria, para garantir a oferta de carne ovina, abate animais inadequados, prejudicando a imagem da empresa e do produto. Esse fator, aliado à falta de hábito do consumidor, à irregularidade da oferta, à má qualidade do produto e à má apresentação comercial do produto oferecido no mercado interno (SEBRAE, 2005), faz com que o consumo seja retraído. Em consonância, Holanda Júnior; Sá e Araújo (2003) afirmam que a má qualidade das carnes é decorrente do abate de animais com idade avançada, inadequado acabamento e baixo nível de higiene nas operações de abate. Ademais, a precariedade da

inspeção sanitária estende-se ao local de venda, colocando em risco a saúde da população.

Outra dificuldade encontrada para a ovinocultura é a ausência de uniformidade na produção e a sazonalidade na oferta do produto (SEBRAE, 2005; SILVEIRA, 2005; VIANA e SILVEIRA, 2009). Como evidenciado anteriormente, existe uma safra tradicional no final do ano, quando o mercado é abastecido com grande quantidade de produtos cárneos. Após, torna-se escasso, sendo a falta do produto suprida pela importação, a qual chega com preços mais competitivos no mercado, já que no Uruguai existe maior escala produtiva. Isso faz com que o produto se torne exótico no Rio Grande do Sul, acarretando em preços de distribuição mais altos, retendo o consumo e evidenciando um reflexo de fragilidade da cadeia produtiva.

Desse modo, destaca-se que a oferta de carne ovina deve ser constante, a fim de promover a atividade. Para isso, ações governamentais de difusão e adoção de tecnologia devem ser priorizadas para otimizar a produção de ovinos. Para Viana; Dorneles e Moraes (2013), o fornecimento de linhas de crédito ao produtor, específicas para a reprodução, nutrição e terminação de cordeiros são fundamentais para diminuir a sazonalidade produtiva.

Na percepção dos entrevistados, o abate e comercialização sem inspeção sanitária foi um dos grandes responsáveis pelo atual estágio da ovinocultura, pois, apesar de garantir o escoamento da produção, o abastecimento urbano ocorre de maneira informal (Figura 5). Entretanto, apesar do abate inspecionado de ovinos no Brasil apresentar tendência de aumento nos últimos anos, a informalidade do setor é preocupante (SÓRIO e RASI, 2010), representando 60% no Rio Grande do Sul (SILVEIRA, 2005). Essa comercialização não fiscalizada pelos órgãos governamentais é compensada pelos preços, os quais são relativamente altos, e pela alta demanda de carne ovina.

De acordo com os dados desse estudo, a carne ovina proveniente do abate e da comercialização informal ocupa alguns nichos de mercado, prejudicando a expansão e a competitividade da cadeia produtiva. Tal atividade pode afetar o mercado de duas formas: nos pequenos centros, interferindo nos preços da carne e de seus substitutos, balizando esses geralmente por baixo; e nos grandes centros, podendo interferir, principalmente, na regularidade da oferta do produto. Portanto, é necessário que sejam

tomadas atitudes para diminuir a informalidade no abate, alavancando o surgimento e/ou manutenção de indústrias em todo o país. Somente com atitudes proativas será possível reverter essa situação atual do setor, melhorando a competitividade e permitindo que a carne ovina se torne, efetivamente, uma importante alternativa de consumo de proteína animal para a população brasileira e com a possibilidade de gerar excedentes para a exportação (SÓRIO e RASI, 2010).

Com relação às perspectivas futuras para a ovinocultura, os entrevistados disseram ser fundamentais mudanças na cadeia produtiva para aumentar a eficiência do setor, as quais passariam pela integração e melhor coordenação entre os agentes da cadeia. Apesar dos produtores e frigoríficos terem uma relação conflituosa nos últimos anos, os desentendimentos estão decrescendo e a relação comercial está sendo otimizada, favorecendo uma futura aproximação com o mercado e o desenvolvimento de estratégias de *marketing* para incentivar o consumo. Nesse sentido, Weise et al. (2013) observam que mesmo não existindo uma relação efetiva entre os setores que compõem a cadeia produtiva de carne ovina no Rio Grande do Sul, a relação entre produtores e frigoríficos demonstrou ser favorável para a competitividade da atividade. Entretanto, torna-se necessária a existência de mecanismos de coordenação para promover melhorias organizacionais nessa cadeia produtiva. Concomitantemente, é fundamental conhecer as exigências do mercado, controlar os custos de produção e estabelecer estratégias de comercialização para o sucesso da atividade (SIMPLÍCIO e SIMPLÍCIO, 2007).

Alguns aspectos relevantes que servem como justificativas para a importância atual e futura da ovinocultura no estado estão relacionadas com o potencial socioeconômico da atividade e a presença de recursos naturais favoráveis para a criação ovina. Outro ponto importante é a crescente demanda por carne de qualidade, que se traduz em oportunidades de mercado praticamente inexploradas (SILVEIRA, 2005). Porém, mesmo tendo um expressivo potencial de produção, os resultados demonstraram que a atividade carece de melhorias da produção à comercialização, havendo a necessidade de ajuste de oferta e redução da comercialização informal, além da diferenciação, agregação de valor e promoção da carne.

Conclusões

A cadeia produtiva de carne ovina no Rio Grande do Sul é considerada, pela maioria dos *experts*, como desestruturada. Consequentemente, fica evidente a falta de coordenação entre os agentes envolvidos na atividade, devido à falta de informações, de gerenciamento e de profissionalização da atividade. Esse cenário é decorrente, predominantemente, de fatores relacionados à comercialização, ao abate informal, à falta de padronização do produto e ao oportunismo dos agentes nas negociações. Contudo, o futuro da atividade é promissor, considerando as mudanças nos sistemas produtivos – padronização do rebanho, escala de produção e eficiência produtiva – e diferenciação de produto para alcançar nichos específicos de mercado.

Referências

ÁVILA, V.S. et al. O retorno da ovinocultura ao cenário produtivo do Rio Grande do Sul. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, Santa Maria, v. 11, n. 11, p. 2419-2426, 2013.

CARVALHO, R. B. **Potencialidades dos mercados para os produtos derivados de caprinos e ovinos**. 2006. Disponível em: <<http://www.capritec.com.br>>. Acesso em: 10 fev. 2012.

COSTA, N. G. **A cadeia produtiva de carne ovina no Brasil rumo às novas formas de organização da produção**. 2007. 182 p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Programa de Pós-Graduação Multi-institucional em Agronegócios. Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, 2007.

EATON, B. C.; EATON, D.F. **Microeconomia**. São Paulo: Saraiva, 1998. 632 p.

FIRETTI, R. et al. Percepção de consumidores paulistas em relação à carne ovina: análise fatorial por componentes principais. **Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**, Salvador, v. 11, n. 1, p. 1-13, 2010.

HOLANDA JÚNIOR, E.V.; SÁ, J. L.; ARAÚJO, G. G. L. Articulação dos segmentos da cadeia produtiva de caprinos e ovinos: os fluxos

alternativos de comercialização. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE OVINOS E CAPRINOS, 2., 2003, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: EMEPA-PB, 2003. 1 CD-ROM.

KOUTROUMANIDIS, T.C. et al. A study of the volatility of the sheep meat production in European Union (EU). **Journal of Food Agriculture & Environment**, Finland, v. 8, n. 2, p. 736-742, 2010.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 720 p.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 225p.

MONTIGAUD, J. C. **Lês filières fruits et légumes et la grande distribution: methods d'analyse et resultats**. Montpellier: Centre International de Hautes Études Agronomiques Méditerranéennes (CIHEAM) / Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier, 1991.

PEREIRA NETO, O. **Práticas em ovinocultura: ferramentas para o sucesso**. Porto Alegre: SENAR-RS, 2004. 136 p.

SAÑUDO, C. et al. Fatty acid composition and sensory characteristics of lamb carcasses from Britain and Spain. **Meat Science**, Barking, v. 54, n. 4, p. 339-346, 2000.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Informações de mercado sobre caprinos e ovinos: relatório completo**. São Paulo: SEBRAE, 2005. 73 p.

SIMPLÍCIO, A. A.; SIMPLÍCIO, K. M. M. G. **Caprinocultura e ovinocultura de corte: desafios e oportunidades**. 2007. Disponível em: <<http://www.caprivilvirtual.com.br>>. Acesso em: 18 set. 2011.

SILVEIRA, H. S. **Coordenação na cadeia produtiva de ovinocultura: o caso do conselho regulador Herval Premium**. 2005. 104 p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

SÓRIO, A.; RASI, L. Ovinocultura e abate clandestino: um problema fiscal ou uma solução de mercado? **Revista de Política Agrícola**, Brasília, v. 19, n. 1, p. 71-83, 2010.

VIANA, J. G. A.; DORNELES, J. P.; MORAES, M. R. E. Oferta da pecuária de corte do Rio Grande do Sul: tendência, sazonalidade e ciclos de produção. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, v. 22, n. 3, p. 6-17, 2013.

_____; 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.

_____; SILVEIRA, V. C. P. Análise econômica da ovinocultura: estudo de caso na Metade Sul do

Rio Grande do Sul, Brasil. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 39, n. 4, p. 1176-1181, 2009.

_____; WAQUIL, P. A.; SPOHR, G. Evolução histórica da ovinocultura no Rio Grande do Sul: comportamento do rebanho ovino e produção de lã de 1980 a 2007. **Revista Extensão Rural**, Santa Maria, v. 17, n. 20, p. 5-26, 2010.

WEISE, A. D. et al. Aspectos direcionadores da competitividade da cadeia produtiva de carne ovina no Rio Grande do Sul. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO, 2013, Ponta Grossa. **Anais...** Ponta Grossa: ADM-PR, 2013. 1 CD-ROM.

ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000. 428 p.

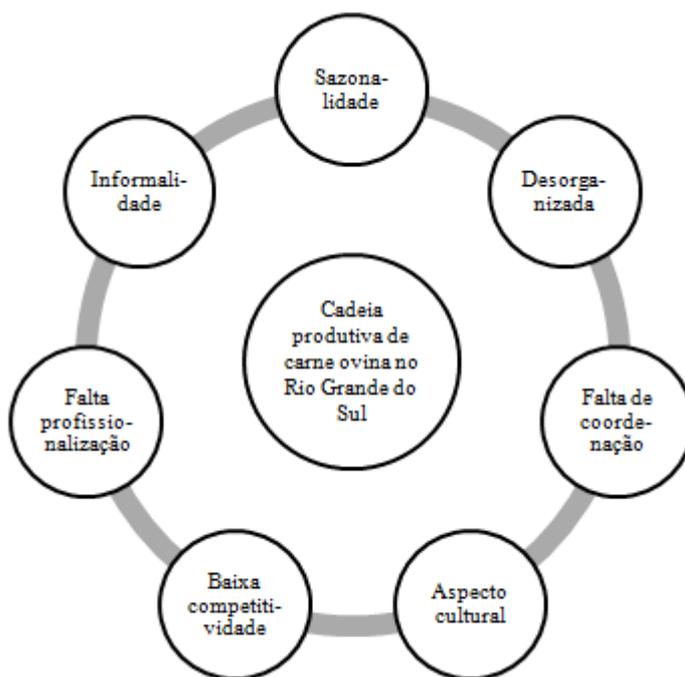


Figura 1 - A cadeia produtiva de carne ovina no Rio Grande do Sul na visão dos entrevistados

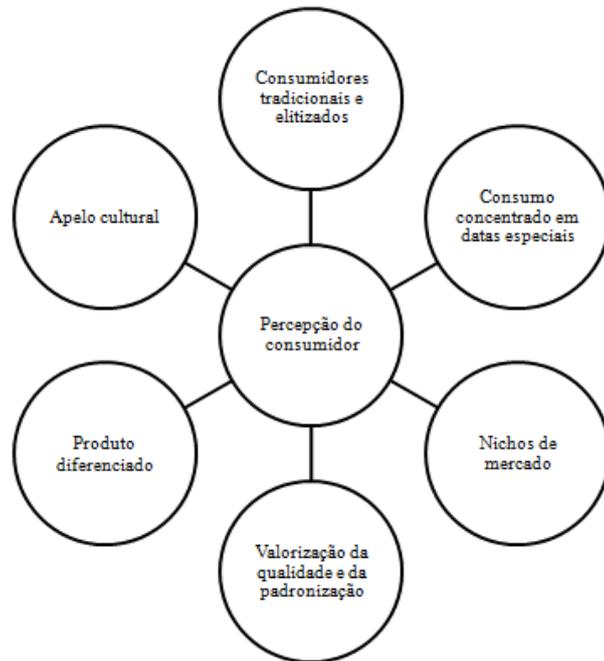


Figura 2 - Perfil do consumidor e percepção sobre o produto na visão dos entrevistados.

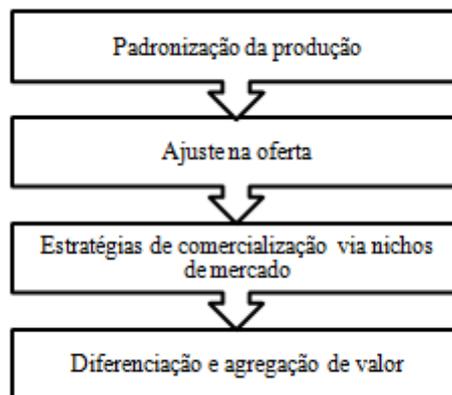


Figura 3 - Alternativa para o mercado e para a comercialização de carne ovina no RS na visão dos entrevistados.

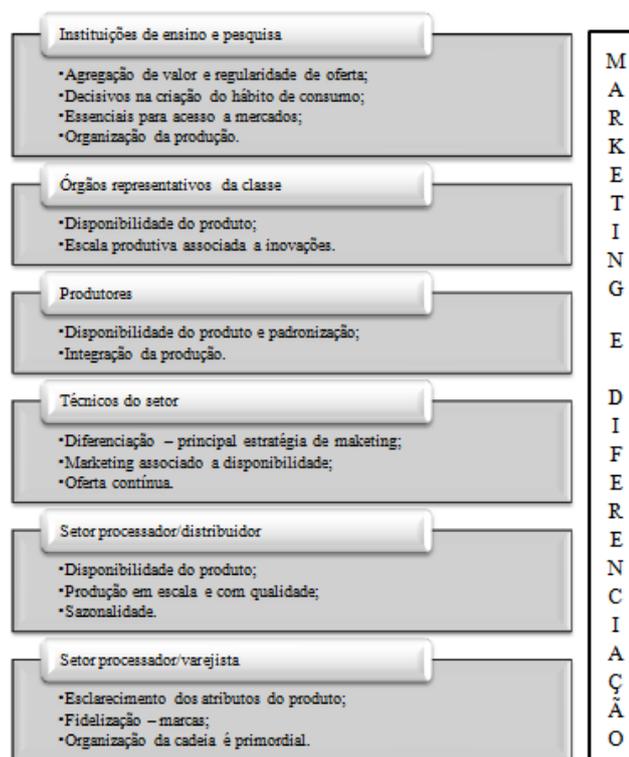


Figura 4 - Marketing e diferenciação da carne ovina na visão dos entrevistados.

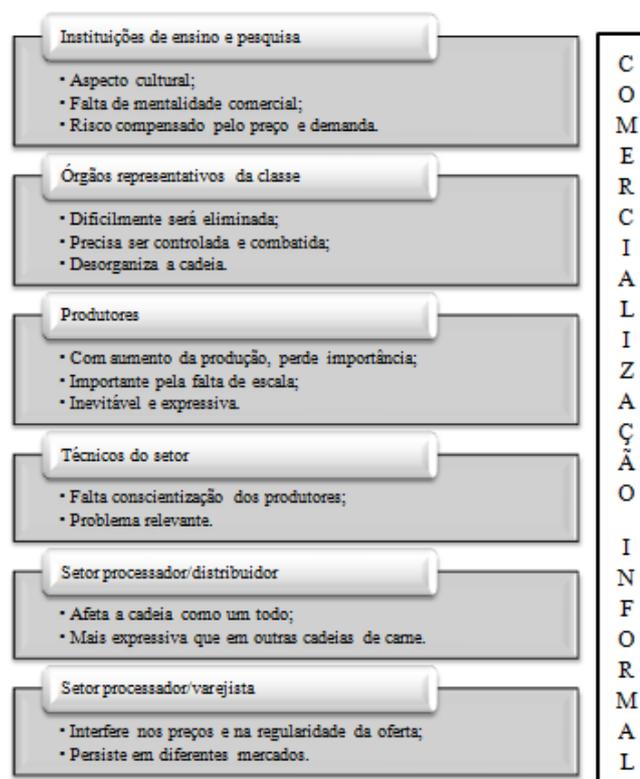


Figura 5 - Comercialização informal na visão dos entrevistados.