



FORTALEZAS, PROBLEMAS E SOLUÇÕES PARA A CUNICULTURA DE PAÍSES AMERICANOS EM DESENVOLVIMENTO

Documento elaborado durante o VI Congresso Americano de Cunicultura,
realizado na cidade de Goiânia, Brasil, no dia 28/08/2018.

Participantes da mesa redonda:

Cláudio Duarte – Cunicultor corte – Brasil

Gaby Quagliariello – Pesquisadora e extensionista INTA – Argentina

Luiz Carlos Machado – Associação Científica Brasileira de Cunicultura – Brasil

Nayara Vale – Cunicultora Pet – Brasil

Yazmin Elizabeth Felipe Perez – Rama Americana da WRSA – México

Esta mesa redonda teve como objetivo principal proporcionar uma discussão técnica e científica sobre a atual situação da cunicultura, tanto no Brasil como nos demais países americanos em desenvolvimento. Como metodologia, contou com quatro rodadas descritas a seguir:

- **Rodada 01** - Fortalezas dos países em desenvolvimento para a evolução da cunicultura.
- Rodada 02** - Dificuldades dos países em desenvolvimento para o crescimento da cunicultura.
- Rodada 03** - Soluções para a cunicultura em países em desenvolvimento;
- Rodada 04** – Destinada a perguntas e sugestões da plateia presente durante a realização desta mesa redonda.

A partir da discussão foi possível então elaborar este documento que será dividido em cada uma das seções citadas anteriormente. Considerando que as duas linhas principais da cunicultura têm fins diferentes (pet e alimentação humana), os resultados serão apresentados separadamente dentro de cada tópico.



1) FORTALEZAS DOS PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO PARA A EVOLUÇÃO DA CUNICULTURA

Cunicultura geral e para alimentação humana

Em países como o México o coelho tem sido uma boa alternativa para o combate à pobreza em locais desfavorecidos a partir da criação de programas para a difusão da cunicultura no país. Países como a Argentina, México e Brasil possuem recursos diversos para desenvolvimento da cunicultura, principalmente relacionados ao conhecimento científico e capacidade de produção e distribuição de insumos. Estes países apresentam certa facilidade para produção de grãos e forragens, conhecimentos desenvolvidos para fabricação de alimentos de qualidade, oferta de serviços técnicos de qualidade além de considerável infraestrutura para exportação da carne de coelho. Outra fortaleza importantíssima é que ela proporciona grande desenvolvimento humano sendo isso uma porta para o crescimento da atividade

Destaca-se que nos países em desenvolvimento a legislação ambiental e de bem-estar animal é menos rigorosa e há grande quantidade de pessoas interessadas em investir e se iniciar na atividade cúnica. Embora sejam poucas e de extrema importância, existem muitas associações dispostas a ajudar, se destacando aqui a associação brasileira, a associação mexicana bem como a associação americana. Outro destaque deve ser dado ao fato de que na associação mundial de cunicultura existe uma secretaria focada em países em desenvolvimento, que muito pode contribuir para fomento da atividade nestes países. Embora sejam poucos, há material genético melhorado e como exemplo citamos o coelho Botucatu brasileiro, melhor adaptado às condições locais quando comparado aos coelhos europeus.

Além de tudo a carne do coelho apresenta características únicas associadas a uma forma de vida saudável como um baixo nível de colesterol, baixo nível de gorduras, elevada proteína de alta digestibilidade, boa relação de ácidos graxos ômega 3 e 6 e baixo teor de sódio. Esta carne pode até ser referência dentro da alimentação de pessoas convalescentes.

Há que se destacar que o cunicultor é uma pessoa criativa e trabalhadora, sendo ainda um sonhador e realizando seu trabalho com responsabilidade e



dedicação, além de boa vontade. Existem organizações de produtores informais e formais através de cooperativas em países sulamericanos que são apoiados por políticas publicassem diversos momentos, ainda que sem a continuidade adequada.

Cunicultura Pet

Atualmente as redes sociais são uma importante ferramenta para o comércio de coelhos de estimação (pet), facilitando o acesso de clientes localizados nas cidades de pequeno porte. Essas redes sociais são uma forma econômica do cunicultor pet divulgar seus produtos. Também existem programas governamentais de apoio ao microempresário que estimulam a criação voltada ao coelho pet. Dentre os países latino americanos esta atividade tem maior força no Brasil. Foi destacado que o cunicultor pet de países em desenvolvimento é uma pessoa muito criativa e está apto a buscar alternativas para seus problemas. Além disso há grande quantidade de pessoas interessadas em investir na cunicultura. Outro fato de destaque é que o coelho vem ganhando muito espaço nos lares de países como o Brasil e cada dia mais a população está conhecendo as vantagens de se manter este animal em ambiente doméstico, sendo um animal silencioso, apresenta baixo custo de manutenção e que tem boa interação com outros animais, além de se adaptar bem às moradias verticais. Hoje há grande movimentação dos cunicultores pet que vem lentamente se organizando e difundindo sua atividade principalmente através de eventos, como ocorrido no Brasil nos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais. Além de tudo verifica-se hoje grande potencial para a atividade de coelhoterapia a qual vem sendo utilizada em alguns locais no Brasil para desenvolvimento cognitivo de alunos portadores de necessidades especiais. Ainda para a cunicultura pet se percebeu que no Brasil grande parte dos cunicultores são pessoas jovens e apresentam nível de escolaridade superior.



2. DIFICULDADES DOS PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO PARA O CRESCIMENTO DA CUNICULTURA

Cunicultura geral e para alimentação humana

Os custos de alimentação dos animais são elevados e chegam a cerca de 80-85%, como acontece na Argentina e no México. Em praticamente todos os países americanos em desenvolvimento falta a cultura de consumo da carne de coelho, além da falta de organização entre os produtores, tornando-se um ciclo vicioso: não se produz muito pois não se vende/divulga ou não se vende porque não se produz ou divulga, não havendo garantia de mercado. A difusão das características da carne é muito falha ou inexistente não havendo grande interesse geral na divulgação deste tema. Falta divulgação sobre os benefícios da carne e a facilidade da produção. Além disso o consumo é muito baixo podendo se citar 200 g/hab.ano no México, 120g/ano na Argentina e 8 g/hab.ano no Brasil, enquanto que nos países do mediterrâneo o consumo está por volta dos 2 kg/hab.ano. Mesmo que os governos apoiem programas relacionados a cunicultura, haveria muito o que se fazer na prática para mudar a situação.

Em países como Argentina ocorre que o ciclo de produção e entrega pode ser um problema, tendo havido recentemente ciclos de auge e queda significativa na produção. Ainda considerando o exemplo argentino, apesar da alta capacidade produtiva, a produção gerada para a exportação foi comprometida, tornando-se muito excessiva para consumo local. No Brasil o número de abatedouros existente no país é muito baixo e isso limita o escoamento da produção, haja vistas que os custos de frete são elevados. Não há ajuda de transporte vinda dos frigoríficos para os cunicultores. Há excessiva burocracia e grande número de normas e regras para se abrir um abatedouro, mesmo que seja municipal. Falta muito apoio governamental para desenvolvimento sustentável do setor. Além de tudo, ainda no Brasil, falta uma entidade que centralize a oferta e a demanda dos produtos, ou seja, um agente centralizador. Neste sentido muitas vezes os envolvidos se sentem abandonados e desestimulados a continuar na atividade.

Ainda na análise da situação específica do Brasil, falta qualificação dos profissionais envolvidos na atividade. Não existe um curso a distância para os



criadores, o que facilitaria o acesso da informação. O preço da carne de coelho no mercado é muito elevado, sendo isso um dificultador para elevação do consumo. Este preço varia muito, estando entre os R\$ 35,00 e R\$ 70,00/kg, o que incentiva uma compra única do produto. Na Europa, esse preço é de cerca de 5 euros, sendo estes valores muito competitivos. O elevado custo de produção brasileiro impossibilita a exportação da carne para outros países, inclusive Europa, já que o preço é muito pouco competitivo. Soma-se a isso o elevado preço pago por rações de qualidade baixa a intermediária.

A alta mortalidade também é um problema, atingindo níveis de 20%. Há também falta de equipamentos de boa qualidade. Os equipamentos produzidos na Europa são de importação muito onerosa para os países em desenvolvimento. Faltam empresas que apoiem o setor e para se ter ideia, cerca de 90% das empresas que foram contatadas para apoiar financeiramente este VI Congresso Americano de Cunicultura, não responderam ao pedido. Além de tudo cunicultura ainda é tida como atividade secundária, ou seja, ela não é a principal atividade da maioria dos criadores. Este fato limita o crescimento, pois o esforço para melhoria não é tão elevado quanto poderia ser, é dizer, a cunicultura não é prioridade para maioria das pessoas.

No Brasil, a difusão do grupo genético Botucatu é dificultada, principalmente por questões de distância. Há ainda uma situação que passa desapercebida na maioria das vezes onde professores e especialistas tradicionais em coelhos estão se aposentando, sem haver renovação, como acontece no Brasil, Uruguai e Argentina. Há grande preocupação no Brasil com a incerteza da manutenção dos animais do grupo Botucatu. Grande parte das pesquisas realizadas nas instituições não chegam ou não são aplicáveis às situações de campo e na maioria das vezes os problemas relatados pelos criadores não são trabalhados pelos pesquisadores. Ainda é baixo o uso de técnicas bioreprodutivas pelos cunicultores e praticamente ninguém usa programas de luz, inseminação artificial ou outras técnicas de aumento da fertilidade.

Ainda nos países em desenvolvimento há ainda muitas dificuldades encontradas pelas instituições de ensino e pesquisa de ciências agrárias principalmente relacionadas a sua infra-estrutura, acesso ao cunicultor e o



preconceito com a carne. Na maioria dos casos o setor de cunicultura não recebe apoio da própria instituição ou de agencias fomentadoras para financiamento de projetos de pesquisa e extensão.

Cunicultura Pet

Assim como no ramo carne falta organização entre os cunicultores pet que em sua maioria ainda trabalham de maneira isolada. Não há ainda no Brasil, como em outros países em desenvolvimento, documentos que padronizem as raças dentro dos países e essa valorização através de registro genealógico poderia ser essencial para maximização dos lucros. A realização de exposições de animais é onerosa e dificultada principalmente pelas rigorosas regras sanitárias atuais e atualmente são poucos os eventos que envolvem coelhos, enquanto que países como EUA realizam milhares de eventos por ano. Assim como na cunicultura carne, falta qualificação dos cunicultores. Ainda para a cunicultura pet faltam oportunidades para treinamento dos cunicultores que necessitam melhorar seu atendimento aos clientes, haja vistas que seu trabalho continua após a entrega dos animais aos tutores.

3. SOLUÇÕES PARA A CUNICULTURA EM PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO

Cunicultura geral e para a alimentação humana

Novas políticas governamentais são necessárias para fortalecer a atividade cúnica e a integração com instituições públicas pode auxiliar o cunicultor principalmente se for utilizada uma linguagem facilitada nos materiais técnicos. Vínculos permanentes com instituições internacionais também podem auxiliar. O ensino para as crianças bem como a adoção do fornecimento da carne de coelho na merenda escolar das escolas também pode facilitar a aceitação do coelho dentro de uma cultura de consumo. O coelho deve estar presente na agricultura familiar e incentivar as crianças no conhecimento sobre o coelho.

Além do estímulo ao consumo, esses programas poderiam auxiliar também no combate à fome. Ainda para estímulo do consumo de carne é fundamental a divulgação a partir da mídia. Neste sentido a destinação de parte



dos lucros dos cunicultores e abatedouros para este fim é fundamental e isso somente poderá ser realizado quando o setor tiver um maior nível de organização.

É necessário se melhorar a logística de oferta e procura nos países em desenvolvimento e neste sentido uma entidade em nível nacional pode ajudar, como uma confederação nacional em cada país. Mesmo que se faça todo o esforço para melhorar a produção, é preciso ter contato com a mídia para incentivar o consumo através da propaganda. Divulgação em restaurantes e outros setores gastronômicos também é importante. Eventos e feiras são importantes para divulgação dos cunicultores locais. Investir na genética dos animais pode ser importante para que os países em desenvolvimento utilizem linhagens adaptadas ao clima próprio. No caso do Brasil, uma solução para a manutenção do grupo genético Botucatu, pode ser a criação de uma rede de criadores que tenham essa genética disponível e aptos a venderem este material a baixo custo.

Fica claro também que os cunicultores têm que se organizar e agir, não esperando que os governos de seus países tomem iniciativas para isso. É necessário também qualificar os cunicultores, oferecendo-lhes cursos a distância. Além disso os próprios cunicultores devem oferecer estágio para todos aqueles que desejarem se qualificar, incluindo aqui técnicos agrícolas, veterinários, zootecnistas e agrônomos.

Para que a pesquisa seja eficiente e aplicada, os cunicultores têm que identificar seus problemas na granja e repassar para as universidades, devendo este trabalho ser coordenado pela associação de cunicultura de cada país em desenvolvimento.

Além disso, todas as soluções apontam para a maior necessidade de diálogo entre todos os envolvidos na cadeia produtiva dos coelhos. Para envio de animais ao abate é necessário que os cunicultores regionais se unam para reduzirem o custo por animal entregue ao abatedouro. Considerando também que os custos com alimentação são muito elevados, os cunicultores devem se unir para que haja compra de ração coletiva, podendo assim haver maior facilidade para negociação diretamente com a fábrica. O surgimento de



associações a partir de pequenos grupos pode ser o início. Agrupar interesses facilita a produção, como compra coletiva de ração, por exemplo.

Há ainda exemplos de países onde a cunicultura se desenvolveu de maneira significativa como a Espanha, onde há a utilização de programas de gestão das granjas, possibilitando uma melhor gestão econômica dos cunicultores associados ao programa. Nesta situação o cunicultor deveria ser o principal agente para coleta de dados. Outra fortaleza espanhola é a ASESCU, que é uma associação de investigadores, técnicos e cunicultores para difundir o conhecimento sobre a cunicultura. Em países como Brasil a adaptação a estas condições seria mais difícil principalmente devido à sua grande extensão, dificuldades de deslocamento, baixo nível de tecnificação da cunicultura, baixo nível de qualificação dos envolvidos, além de que a imensa maioria dos cunicultores levam a cunicultura uma atividade secundária. Contudo a ACBC poderia auxiliar no processo de diálogo entre os envolvidos, embora sua estrutura e recursos seja extremamente limitada. Além disso a associação brasileira vem realizando alguns eventos, sem periodicidade definida, como o dia do cunicultor em 2011, os SENACITECs de 2012 e 2013, além da Revista Brasileira de Cunicultura e do Boletim de Cunicultura, embora este seja um trabalho voluntário feito nas horas vagas de professores.

Cunicultura Pet

É necessário que os cunicultores pet façam parcerias com profissionais que os possam auxiliar nas atividades, indicando estes profissionais aos tutores. Além disso o cunicultor pet deve investir no relacionamento pós-venda e na divulgação de sua atividade, e neste sentido é fundamental a elaboração de material de propaganda. Empresas de fotografia podem ser importantes aliadas para promoção dos animais. Outras opções são a divulgação de seu trabalho a partir de entrevistas na rádio, televisão e shoppings, para maior atração do público. Contudo, o fundamental é que haja organização entre os cunicultores, para que se divida custos e se aumente a divulgação. Além disso é preciso qualificar os cunicultores e técnicos, oferecendo estágios nas granjas. Cursos de marketing e pós-venda são essenciais. A criação de um serviço de registro genealógico é crucial para que se agregue maior valor aos animais e se elevem



os lucros durante as vendas. A coelhoterapia tem forte apelo social e necessita ser levada às escolas que trabalham com crianças especiais podendo ser uma forte aliada dos cunicultores para divulgação de seus negócios.

4. PERGUNTAS E SUGESTÕES DA PLATEIA PRESENTE DURANTE A REALIZAÇÃO DA MESA REDONDA

Estiveram presentes participantes de Espanha, que sugeriram a realização de cursos de ensino à distância *on-line*, para treinar criadores além da criação de redes de pesquisadores, extensionistas e agricultores, para disseminar o conhecimento em cunicultura, resultado da pesquisa.

Os participantes da Nigéria aplaudiram a forma na qual a discussão foi conduzida bem como os diferentes temas tratados pois se permitiu verificar os contrastes e semelhanças na cunicultura dos vários países americanos participantes.

Por outro lado, estudantes e produtores do Brasil apoiaram as iniciativas apresentadas para solucionar os problemas enfrentados pela cunicultura nos diferentes países americanos, que também agradeceram os comentários dos assistentes europeus.

Finalmente, ficou claro que ao realizar este trabalho colaborativo em prol da cunicultura, tanto a nível local como internacional, se está favorecendo o fortalecimento desta atividade e o compartilhamento destas distintas experiências ajuda no aprimoramento das diferentes áreas do conhecimento.

Goiânia, 28 de agosto de 2018