

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA

LÉSLIE PORCIÚNCULA MONTARDO

**A COMERCIALIZAÇÃO DE CAVALO DA RAÇA CRIOLA NO BRASIL:
ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA LEILOEIRA**

Dom Pedrito,RS

2014

LÉSLIE PORCIÚNCULA MONTARDO

**A COMERCIALIZAÇÃO DE CAVALO DA RAÇA CRIOLA NO BRASIL:
ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA LEILOEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Agronegócio.

Orientador: Prof. Dr. Nelson de Mello Balverde

Co-orientadora: Prof. Dra. Adriana Pires Neves

Dom Pedrito,RS

2014

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

M766c MONTARDO, LÉSLIE PORCIÚNCULA
A COMERCIALIZAÇÃO DE CAVALO DA RAÇA CRIOULA NO
BRASIL: ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA LEILOEIRA / LÉSLIE
PORCIÚNCULA MONTARDO.

45 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade Federal do
Pampa, CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM AGRONEGÓCIO, 2014.
"Orientação: Prof. Dr. Nelson de Mello Balverde".

1. Cavalo da Raça Crioula. 2. leilões. 3. criadores. 4. proprietários. I. Título.

LÉSLIE PORCIÚNCULA MONTARDO

**A COMERCIALIZAÇÃO DE CAVALO DA RAÇA CRIOULA NO BRASIL:
ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA LEILOEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Agronegócio.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 18 de agosto 2014

Prof. Dr. Nelson de Mello Balverde
Orientador
Unipampa

Prof. Dra. Adriana Pires Neves
Co - orientadora
Unipampa

Dr. Osmar Manoel Nunes
Unipampa

Dedico este Trabalho de Conclusão de Curso aos meus pais, Odete Pereira Montardo e Sigrid M^a Porciúncula Montardo, ao meu marido Renato Oliveira Machado, e aos mestres professores que fazem de suas vidas nossas vidas para que alcancemos o êxito.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a DEUS por oferecer a oportunidade de termos em nosso município uma Universidade Federal, proporcionando a este povo a possibilidade de formação acadêmica gratuita, perto dos familiares e amigos. Por me abençoar em mais uma etapa da minha vida acadêmica, proporcionando a mim o crescente conhecimento que é necessário para a evolução do ser humano.

Aos meus pais Odete Pereira Montardo e Sigrid M^a Porciúncula Montardo, pelo apoio e pelo incentivo para que os estudos fizessem parte de nossa rotina, pois, este é um dos bens mais preciosos que não nos é roubado, o “conhecimento”. E aos meus irmãos, por fazerem parte de minha família.

Ao meu marido Renato Oliveira Machado, por fazer parte de minha vida, pelo amor e paciência e pelos auxílios quando foram necessários.

Aos colegas e amigos que tornaram a convivência prazerosa, pelos trabalhos realizados e pelas colaborações acadêmicas, muito obrigado.

Ao professor Dr. Nelson de Mello Balverde, pela orientação para realização deste trabalho, pela disponibilidade e atenção que sempre nos oferece e pela dedicação constante para que o Curso de Tecnólogo em Agronegócio seja bem explorado e bem sucedido.

Aos mestres, que compartilham seus conhecimentos, acreditando que podem contribuir para a formação de um mundo melhor, amigos e companheiros dedicados, agradeço-lhes pelo grande trabalho que é realizado.

A Empresa Leiloeira, na pessoa do Vinicius Terra, e a Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos, na pessoa de Leandro Santos, que gentilmente forneceram informações para que o trabalho fosse realizado.

"Meu destino depende de mim, não de Deus."

Os estrategistas não acreditavam em predestinação e não estimulavam as pessoas a consultar livros que diziam a sorte ou esperar o que fosse acontecer. Ensinavam às pessoas a examinar suas situações e seus atos, e a assumir a responsabilidade consciente de seu comportamento e as consequências que ele provoque.

Ditado Taoísta

RESUMO

O agronegócio é uma das atividades produtivas no Brasil que está em ascensão, produzindo volumes expressivos, com qualidade, gerando empregos diretos e indiretos, proporcionando aos envolvidos nesta atividade, uma melhoria da qualidade de vida. O Cavalo Crioulo, tem participação significativa no Agronegócio, a comercialização está em crescente evolução, dados registram aumento nas vendas em leilões, do ano 2000 ao ano 2013, totalizando no ano de 2013 mais de cem milhões de reais em negociações. O trabalho caracteriza-se por um estudo de caso, com uma organização do ramo de leilões, que está no mercado há mais de 50 anos, com sede no município de Porto Alegre. O questionário aplicado forneceu informações, sobre a comercialização de cavalos da Raça Crioula no Brasil, destacando que os Estados do Sul, principalmente o Rio Grande do Sul é o maior Estado criador e produtor da raça. As categorias mais vendidas foram éguas de cria e potras, e os valores médios comercializados mais expressivamente, foram para as categorias de potros e cavalos. Dados afirmam que ocorrem comercializações para vários estados, a partir dos novos meios de divulgação, como: a mídia, o canal rural, a internet e as exposições da raça em várias localidades.

Palavras-chave: Cavalo da Raça Crioula, leilões, criadores, proprietários

ABSTRACT

Agribusiness is one of the productive activities in Brazil that is ascending, producing large volumes of high quality, generating direct and indirect jobs, providing those involved in this activity improved quality of life. The Creole Horse, have significant participation in Agribusiness, marketing is growing evolution, data record increase in auction sales, 2000 to 2013, totaling in 2013 more than one hundred million dollars in negotiations. The work is characterized by a case study, with a branch organization of the auction house, which is on the market for over 50 years, based in Porto Alegre. The questionnaire, provided information on the marketing of the Creole horse race in Brazil, noting that the southern states, especially the Rio Grande do Sul State is the greatest creator and producer of the race. The best-selling categories were brood mares and fillies, and the mean values marketed more significantly, were for the categories of foals and horses. Data argue that trades occur for several states, from the new means of dissemination, such as the media, rural canal, the Internet and displays of race in various locations.

Palavras-chave: Keywords: Horse Breed Creole, auctions, creators, owners

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estatística de Pessoas por Categorias	20
Tabela 2: Número de Criadores e Proprietários por Estados	21
Tabela 3: Distribuição percentual de Criadores e Proprietários por Estados.....	22
Tabela 4: Dados de comercialização de cavalos Crioulos nos últimos 13 anos.....	24
Tabela 5: Evolução dos volumes comercializados em leilões e vendas particulares.....	25
Tabela 6: Clientes da Empresa Leiloeira, por qual(ais) motivo(s) compram Cavalos da Raça Crioula	36
Tabela 7: Participação da Leiloeira na comercialização de Cavalos Crioulos, em 2013	37

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Número por Estado de núcleos de criadores de cavalos da raça crioula, no Brasil	23
Figura 2 – Evolução das Vendas de Cavalos Crioulos em leilões	25
Figura 3 - Número de leilões realizados pela Empresa Leiloeira, nos últimos 05 anos	32
Figura 4 - Número de cavalos Crioulos comercializados nos leilões no ano de 2013.....	33
Figura5 - Volume de cavalos Crioulos comercializados utilizando o canal rural.....	34
Figura 6 -Valor médio de venda por categoria de animais, ano 2013.....	35
Figura7 - Percentagem de cavalos Crioulos vendidos para outros estados, em 2013.....	36

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 Problema	13
1.2 Objetivo Geral	13
1.2.1 Objetivos Específicos	13
1.3 Justificativa	13
1.4 Metodologia.....	14
1.5 Estrutura do Trabalho	14
2. REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1 Cavalo	16
2.2. Cavalo Crioulo	17
2.3 Associação de Criadores de Cavalos Crioulos (A.B.C.C.C.)	19
2.3.1 Núcleo de Criadores de Cavalos Crioulos (N.C.C.C.).....	22
2.3.2 Comercialização de Cavalos Crioulos em Leilões.....	24
2.4 Comercialização e Mercado	26
2.5 Tipos de Mercado	27
2.7 Tipos de Canais de Comercialização	28
2.6 Tipos de leilões	29
3. RESULTADOS E DISCUSSÕES	31
3.3 Caracterização da Organização	30
3.4 Dados Coletados na Empresa Leiloeira	32
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	40
ANEXO A	42
ANEXO B	43

INTRODUÇÃO

Homem e cavalo participaram de combates quando existiam muitos conflitos, estes animais auxiliaram o homem nas atividades agrícolas e ainda hoje são utilizados na pecuária; como meio de transporte; para o lazer; para a prática de esportes; em tratamentos terapêuticos, assim sendo inseridos no mercado comercial, socializando sua utilização e as famílias que por este animal tem apreço, alavancando a economia do agronegócio do cavalo.

O planeta possui mais de 50 milhões de cabeças de cavalos. A liderança pertence aos Estados Unidos (EUA) com cerca de 10 milhões, enquanto o Brasil ocupa o quarto lugar, com mais de 6 milhões de equinos. Tem-se que para os próximos anos, aproximadamente 45% da tropa mundial sejam destinadas às tarefas de lazer, criação e competição, atividades que mais geram faturamento nos negócios através da venda de roupas e acessórios para montaria (NUNES, 2014).

O seguimento do cavalo movimenta no Brasil cerca de R\$ 8,5 bilhões anuais, que representa, aproximadamente, 25% do Produto Interno Bruto (PIB), proporcionando mais de três milhões de empregos diretos e indiretos (NUNES, 2014). No ano de 2013 o mercado do Cavalo Crioulo gerou um volume de R\$ 1,28 bilhão, e nas comercializações um montante de R\$ 183,17 milhões. (A.B.C.C.C. - 2013).

Atualmente o cavalo começou a fazer parte do grande mercado comercial, movimentando a produção de alimentos, rações, medicamentos, arreios, vestuário e até mesmo o ramo dos transportes começou a se especializar para melhor atender as necessidades que os usuários deste serviço exigem.

Existem milhares de pessoas que convivem anualmente com estes animais, preparando-os para as competições equestres, para competições esportivas, para o lazer, para as práticas medicinais e para simples fato de conviver com este animal.

No Brasil existem várias raças de equinos, que possuem vários propósitos de utilização. No Rio Grande do Sul, a raça mais difundida é o cavalo Crioulo, que tem muitas aptidões encantando seus criadores.

A equinocultura nacional vive um momento de crescimento devido ao maior interesse do público por este tipo de animal. Esta popularização do cavalo Crioulo, proporciona maiores investimentos, oportunidades de negócios e de ocupação pessoal voltadas para esse setor, surgindo uma cadeia produtiva que oportuniza novos negócios.

Por ser um assunto que está crescente no mercado, precisamos conhecer um pouco mais desta comercialização do cavalo Crioulo, e dos estados que esta raça já foi inserida.

1.1 Problema

Tendo em vista as poucas informações a respeito das modalidades de comercialização dos cavalos da Raça Crioula, foi proposto para este trabalho a seguinte questão: como é caracterizada a comercialização de cavalos da Raça Crioula?

1.2 Objetivo Geral

Contribuir para a caracterização da comercialização do Cavalo da Raça Crioula no Brasil, a partir do estudo da Empresa Leiloeira.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Quantificar número de produtores e criadores de cavalos crioulos no Brasil;
- Verificar o número de leilões do Cavalo da Raça Crioula da Empresa Leiloeira;
- Descrever os canais e tipos de comercialização;
- Identificar mudanças de comercialização a partir de 2010.

1.3 Justificativa

O Agronegócio atualmente é uma das atividades econômicas mais importantes para a economia brasileira, sendo vários os segmentos que envolvem estes processos produtivos, compreendendo desde a produção de alimentos, melhoramentos genéticos, aos processos industriais, e mecanizações das atividades. Diante desta evolução de comercialização do cavalo da Raça Crioula, que vem contribuindo significativamente com a economia do País, particularmente as regiões da Fronteira Oeste e região da Campanha, é necessário conhecer quais estados do Brasil estão adquirindo estes animais (NUNES,2014).

Este estudo contribuirá para ampliar os conhecimentos sobre a comercialização utilizando o mecanismo de leilões e o quanto esta modalidade alavancou os negócios da raça Crioula no Brasil.

1.4 Metodologia

Primeiramente se realizou uma pesquisa descritiva, que contemplou a revisão bibliográfica sobre a história do cavalo da raça Crioula, os conceitos de comercialização e mercado, tipos de mercado, canais de comercialização, tipos de leilões.

Após foi realizada uma busca de registros do número de criadores e proprietários de cavalos da raça Crioula no Brasil, junto a ABCCC - Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos.

Em terceiro momento, realizou-se um questionário, que é instrumento utilizado em pesquisa exploratória, para mensurar alguma coisa, através de questões abertas e fechadas (ROESCH, 2005).

O estudo de caso foi realizado com uma Empresa Leiloeira, da região de Porto Alegre, a maior cidade ao sul do Brasil, capital do estado do Rio Grande do Sul.

Como técnica de coleta de dados foi aplicado um questionário via e-mail, com questões ordenadas, contendo as seguintes opções: (06) questões com possíveis respostas em aberto, (03) questões fechadas com duas escolhas: sim ou não e (03) questões com escolha entre respostas fechadas com uma série de respostas possíveis, a Empresa Leiloeira.

Na tabulação dos dados, os mesmo foram organizados e o uso do Excel foi utilizado para tabular as respostas fechadas, fazendo as tabelas e figuras.

1.5 Estrutura do Trabalho

Esta seção tem por intuito apresentar uma breve descrição a respeito dos quatro (4) capítulos que abrangem a pesquisa. No primeiro capítulo explanam-se os aspectos que definem a ideia da pesquisa, ou seja, a introdução contemplando a questão de pesquisa, objetivos, justificativa e metodologia, o público alvo, coleta de dados e análise e interpretação de dados.

O segundo capítulo abrange a revisão bibliográfica, para possibilitar o desenvolvimento da pesquisa, pois a fundamentação teórica e conceituações formalizam sobre o tema abordado.

O terceiro capítulo compreende os resultados encontrados, a partir de questionário aplicado a Empresa Leiloeira, permitindo a construção de informações que visam gerar conhecimento sobre o tema.

O quarto e último capítulo envolve as considerações finais desenvolvidas no estudo em função dos resultados e discussões encontradas, permitindo atender os objetivos inicialmente propostos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo se analisa em primeiro lugar a origem do cavalo da raça crioula, em segundo lugar se apresenta a Associação de Criadores de Cavalos Crioulos, em terceiro lugar se apresenta a comercialização e mercado, na sequência descrevemos os tipos de mercado, tipos de canais de comercialização e finalizamos com tipos de leilões.

2.1 Cavalo

O cavalo antes da evolução do homem, era pequeno mamífero de muitos dedos chamado *Hyracotherium*, evoluiu para o *Equus*, há cerca de 8 mil anos fora extinto e os animais que sobreviveram tiveram suas características evoluídas de acordo com o clima e terreno, formando assim o atual *Equus caballus*, que podem cruzar as raças sem a interferência do homem (SILVER, P.11-12, 2000). A evolução do cavalo foi marcada pelo aumento de tamanho, a redução e, depois, o desaparecimento dos dedos laterais, ao mesmo tempo que ocorreu o crescimento do dedo médio, a molarização dos pré-molares e o desaparecimento dos caninos. (SILVER, P.11-12, 2000).

Cavalo (do latim *caballus*), é um mamífero ungulado de grande porte, portador de uma cauda vertebral muito curta, prolongada por longos pelos. É reconhecido pelas orelhas curtas, eretas, e a crina pendente; a dentição apresenta longos incisivos, cujo grau de desgaste indica a idade do animal, e grandes molares; grande casco envolve único dedo e chega a pesar até 500 g. O cavalo é herbívoro, granívoro e corredor, e não tem outra arma além dos cascos. A fêmea chamada de égua, tem um filho (que é chamado de potro) por gestação, e esta gestação dura 11 meses (MACFADDEN, 1976, apud BUONO, 2011). O cavalo deixou seu parâmetro de liberdade e de ser utilizado como fonte de alimento pelo Homem, para se tornar figura principal em atividades como transporte, lazer e esporte, tornando-se importante no contexto sócio econômico e cultural (TORRES, 1992 apud BUONO, 2011)

A seleção imposta pelo solo, clima, altitude, disponibilidade de alimentos, doenças e parasitismo, manejo tradicional e demanda de mercado resultou em centenas de raças, linhagens e tipos, que possuem composição genética própria e adaptada a nichos ecológicos específicos e suas funções (ABREU, 1998, apud BUONO, 2011).

O cavalo é um ser vivo, capaz de receber e transmitir sensações relacionadas ao mundo que gira ao seu redor, e a conduta do homem determinará a definições que o animal terá de nós (GUILHON, 2003).

2.2 Cavalo Crioulo

Animais descendentes dos cavalos trazidos da península ibérica, no século XVI, quando pela conquista da América. Adquiriram características únicas e próprias após quatro séculos de adaptação e evolução no meio ambiente sul americano. O cavalo crioulo tem sua origem na população equina da península ibérica, mais precisamente nos territórios de Portugal e Espanha do século XV. Acredita-se que é originário de duas raças, sendo elas: Andaluz: uma raça guerreira, e Jacas: conhecida por Rocines, antiga raça de cavalos nativos espanhóis conhecidos pela valentia e resistência (A.B.C.C.C., 2013).

Com a chegada de Colombo na América, em 1492, várias expedições espanholas trouxeram as raças Andaluzes e os Jacas para o continente, por serem os mais resistentes. Estes cavalos espalharam-se pela América, durante todo a século XVI, a partir da Ilha de Santo Domingo, Panamá e Colômbia. Logo seguindo para o Peru, levado ao Chile, em 1548 entrou em território argentino, em 1573 chegou nas províncias argentinas de Córdoba e Santa Fé e, finalmente, em Buenos Aires e ao pampa; Rio da Prata: Pedro de Mendonza desembarcou no Rio da Prata, em 1535, para fundar Buenos Aires (A.B.C.C.C, 2013).

O desbravador Cabeza de Vaca chegou a Santa Catarina, em 1541, com 46 cavalos que partiram da Espanha, com eles, atravessou o território brasileiro até a cidade de Assunção, no Paraguai. Em seguida, foram introduzidos no chaco argentino para depois atingirem o Rio da Prata. O século XVI foi marcado pelo desbravamento e assentamento no novo território. Estes cavalos, disseminados ao longo deste século na América, foram de fundamental importância para o sucesso destas empreitadas (A.B.C.C.C., 2013).

A partir do século XVII, muitos cavalos foram perdidos ou abandonados ao acaso, passaram a ser criados livres, formando inúmeras cavahadas distribuídas pela imensidão da América, as prolongadas guerras e o cruzamento com outras raças fizeram desaparecer os cavalos ascendentes dos crioulos. Os Crioulos de hoje ficaram

concentrados, no sul da América, onde hoje está a Argentina, Uruguai, Chile, Paraguai e o sul do Brasil. Durante cerca de quatro séculos, a raça Crioula foi forjada através da seleção natural. Os cavalos foram perseguidos por homens e predadores, passaram sede, fome e precisaram aguentar temperaturas extremas, desde as fortes geadas do inverno até o rigoroso sol do verão. A raça crioula foi moldada desta forma, em um ambiente hostil onde somente os mais fortes sobreviviam e conseguiam passar para gerações futuras seus genes (ABCCC, 2013).

Trazida à América do Sul pelas mãos dos espanhóis, a raça crioula foi forjada por meio de um processo de seleção natural de cerca de 500 anos, que lhe concedeu duas de suas principais qualidades: a rusticidade e a resistência. Em meio ao rigor do inverno sulino, restaram apenas os cavalos mais fortes da raça, aqueles que conseguiram resistir e se adaptar às condições climáticas, à seca e à falta de alimento (PHILIPPSEN ; COLONETTI,s/d).

A criação de cavalos se inicia nas reduções do Rio Grande do Sul em 1634, com os animais trazidos pelos padres jesuítas espanhóis Cristóbal de Mendonza e Pedro Romero, de Corrientes, para onde os cavalos haviam sido levados, a partir de Assunção, por Alonso de Vera e Aragón, em 1588 (GOULART, 1964 apud PHILIPPSEN; COLONETTI,s/d).

Em meados do século XIX, após este período evolutivo, os fazendeiros do sul da América começaram a tomar consciência da importância e da qualidade dos cavalos crioulos que vagavam por suas terras. Esta nova raça, bem definida e com características próprias, passou a ser preservada desde então, vindo a ganhar notoriedade mundial a partir do século XX, quando várias associações foram criadas e, através delas, o valor do cavalo crioulo foi exaltado e comprovado (A.B.C.C.C., 2013).

Os equinos da raça Crioula, entre as demais raças, são os que mais se destacam em rusticidade, com maior poder de conversão alimentar em campos de baixa oferta de alimento. São animais que enfrentam qualquer adversidade climática desde o sol abrasador até as grandes geadas levantadas pelos ventos de outono e inverno. Muito resistente a terrenos encharcados, rochosos e acidentados. Após árduos trabalhos, tem poder de recuperação grande e rápido sem precisar de interferência humana (PONS, 1996, apud PHILIPPSEN; COLONETTI,s/d). O cavalo Crioulo é imensamente forte, bem disposto, de grande resistência, compacto, inteligente e mede de 1,35 m a 1,52 m (SILVER, P.110, 2000).

Nos anos 1920 a grande referência equina do Cone Sul era o crioulo argentino, cujo padrão fora estabelecido pelo professor de veterinária Emilio Solanet (1887-1979),

onde Solanet concluiu que as principais qualidades do cavalo Crioulo eram a rusticidade, a funcionalidade, a longevidade, a habilidade no trato com o gado, a docilidade e a inteligência. Os melhores nesses aspectos, a seu juízo, eram os cavalos dos índios da província sulina de Chubut, junto aos Andes. Com esta convicção, ele comprou uma tropilha do cacique amigo e passou a criá-la na Estância El Cardal, perto de Buenos Aires (HASSE, 2003).

O criador Luiz Martins Bastos, de Uruguaiana, ao lado dos sobrinhos Flávio e Roberto Bastos Tellechea, foi o responsável pela introdução do cavalo crioulo chileno no Estado, marcando uma nova fase na história da raça no Rio Grande do Sul, a partir da introdução do sangue chileno. Os cavalos crioulos nativos se tornaram mais ágeis, mansos e funcionais (HASSE, 2003).

2.3 Associação de Criadores de Cavalos Crioulos (A.B.C.C.C.)

A Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos (A.B.C.C.C.) é uma Associação de fim não econômico, regido por estatuto e pelas disposições legais vigentes no país, sendo a atuação de âmbito nacional, com finalidades de: congregar os criadores de cavalos da Raça Crioula; organizar e manter o Registro Genealógico da Raça Crioula bem como o Stud Book Brasileiro da Raça Crioula e seus respectivos regulamentos; estimular e fomentar, por todos os meios ao seu alcance, a criação intensiva e extensiva de eqüinos da Raça Crioula; organizar anualmente exposições oficiais, campeonatos, torneios, marchas de resistência ou outras quaisquer iniciativas que visem manter sempre forte o elo entre os criadores da raça; estudar, aprofundar e desenvolver todos os assuntos referentes à Raça Crioula; promover entendimentos, acordos e convênios com os governos Federal, Estaduais e Municipais, para a execução de atividades relativas ao fomento e defesa da exploração da Raça Crioula. Poderão ser Associados da A.B.C.C.C. todas as pessoas físicas ou jurídicas interessadas direta ou indiretamente na criação ou no desenvolvimento da Raça Crioula (A.B.C.C.C., 2014).

Em 1931, alguns fazendeiros e estancieiros do Rio Grande do Sul, empolgados com a ideia de reerguer e padronizar o cavalo crioulo começaram a fomentar o objetivo de constituir uma entidade dedicada exclusivamente a raça (A.B.C.C.C,2013).

Em 28 de fevereiro de 1932, na Associação Rural da cidade de Bagé, no Rio Grande do Sul teve a primeira sede da entidade, logo a cidade de Pelotas/RS foi escolhida

para sediar a ABCCC, porque a Associação do Registro Genealógico Sul Rio-Grandense situava-se também em Pelotas (A.B.C.C.C., 2013).

No ano de 1944, associações de crioulistas do Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai e Chile se reuniram e fundaram a FICCC – Federação Interamericana de Criadores de Cavalos Crioulos – na tentativa de integrar todas as entidades no sul do continente americano, porém no ano de 2011 o Chile deixou de fazer parte deste grupo. Em 03 de outubro de 1945, foi realizada a primeira Exposição Internacional de Equinos Crioulos, na cidade de Pelotas (AB.CC.C., 2013).

A primeira prova funcional para éguas crioulas registradas ocorreu em abril de 1971. As provas funcionais foram sendo aprimoradas, no ano de 1982. O Freio de Ouro é a maior e mais popular promoção da raça Crioula e, talvez, a maior competição de animais puros de uma só raça no Brasil (PHILIPPSEN; COLONETTI, 2014).

No primeiro ano da década de 1990, a A.B.C.C.C. foi além de seu campo de atuação e criou a marca Cavalo Crioulo. Além de ser uma fonte extra de renda para a entidade, foi uma forma eficaz de divulgação da raça crioula. O sucesso da grife fez com que, em sete anos, 65 novos produtos fossem lançados e uma loja itinerante fosse montada.

A década de 1990 também marcou a entrada da ABCCC na era digital. Em 1991, todo o sistema de registro genealógico foi informatizado, tornando o processo mais ágil e rápido da A.B.C.C.C.: O Freio de Ouro (A.B.C.C.C., 2013).

Existem duas categorias de produtores de cavalos da Raça Crioula, o Criador é a pessoa física ou jurídica titular da propriedade de animal devidamente registrado na Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos, com fins reprodutivos, até o nascimento do mesmo. Consideramos proprietário do cavalo da Raça Crioula, a pessoa física ou jurídica que registre transferência de um animal na Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos (A.B.C.C.C.2013).

Tabela 1 : Estatística de Pessoas por Categorias – dez/2013

Categorias	Nº	%	Categorias	Nº	%
Sócios	2.960	5,4	Criadores	12.863	23,4
Não – sócios	51.951	94,6	Proprietários	42.048	76,6
Total	54.911	100	Total	54.911	100

Fonte: A.B.C.C.C.,2014

Na criação e produção de cavalos da Raça Crioula, criadores e produtores, precisam ter afixo registrado (sobrenome do equino), na Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos (A.B.C.C.C.), porém, não há obrigatoriedade que as pessoas envolvidas sejam sócios da mesma, como pode-se verificar até dezembro de 2013, o percentual de associados representa 5,4%, e o percentual de não sócios representam 94,6 % dos animais com registro, quando verificamos estes percentuais entre criadores os mesmos representam 23,4% e proprietários compreendem 76,6% dos animais registrados (A.B.C.C.C, 2014).

Tabela 2: Número de criadores e proprietários por Estados – dez/2013

Estados	Criador	Proprietário
Rio Grande do Sul (RS)	10.410	31.300
Santa Catarina (SC)	946	4.785
Paraná (PR)	794	3.066
São Paulo (SP)	333	1.357
Mato Grosso do Sul (MS)	62	219
Distrito Federal (DF)	56	164
Rio de Janeiro (RJ)	54	160
Mato Grosso (MT)	49	257
Goiás (GO)	45	153
Minas Gerais (MG)	39	202
Rondônia (RO)	35	148
Bahia (BA)	12	51
Tocantins (TO)	10	26
Ceará (CE)	4	16
Espirito Santo (ES)	3	16
Maranhão (MA)	3	23
Pará (PA)	3	29
Acre (AC)	2	4
Amazonas (AM)	1	7
Paraíba (PB)	1	11
Roraima (RR)	1	2
Alagoas (AL)	0	6
Amapá (AP)	0	1
Pernambuco (PE)	0	14
Piauí (PI)	0	15
Rio Grande do Norte (RN)	0	11
Sergipe (SE)	0	5
Totais	12863	42048

Por ser um animal rústico e ideal para a lida de campo, muitas pessoas começaram a adquirir animais, para vários propósitos. O cavalo da Raça Crioula gera encantamento das pessoas, por ser um animal que reúne características tão boas e ainda vantajosas financeiramente.

A escolha levou em conta as características de rusticidade e docilidade dos animais, e também por ser a raça de cavalos que está em expansão.

Atualmente no Brasil o cavalo da raça Crioula está sendo difundida e vários estados possuem criadores e proprietários dos animais desta raça. Os dados obtidos junto a Associação, reforçam que os estados do Sul possuem 94,5% dos criadores da raça Crioula, fortalecendo que o Estado do Rio Grande do Sul é o berço da produção.

Os registros da A.B.C.C.C., apontam o crescimento da raça em outras regiões, onde cada vez mais criadores estão conhecendo as aptidões do Crioulo.

Conforme a A.B.C.C.C., os estados do Sul representam 86,8% do total de proprietários dos animais desta raça. Esta informação indica, que os estados brasileiros estão conhecendo e adquirindo cavalos da Raça Crioula.

Tabela 3: Distribuição percentual de Criadores e Proprietários

ESTADOS	CRIADORES	PROPRIETÁRIOS
Rio grande do sul	81%	74,4%
Santa Catarina	7,3%	11,4%
Paraná	6,2%	7,3%
Outros	menos de 1%	menos de 1%

Fonte: A.B.C.C.C., 2014

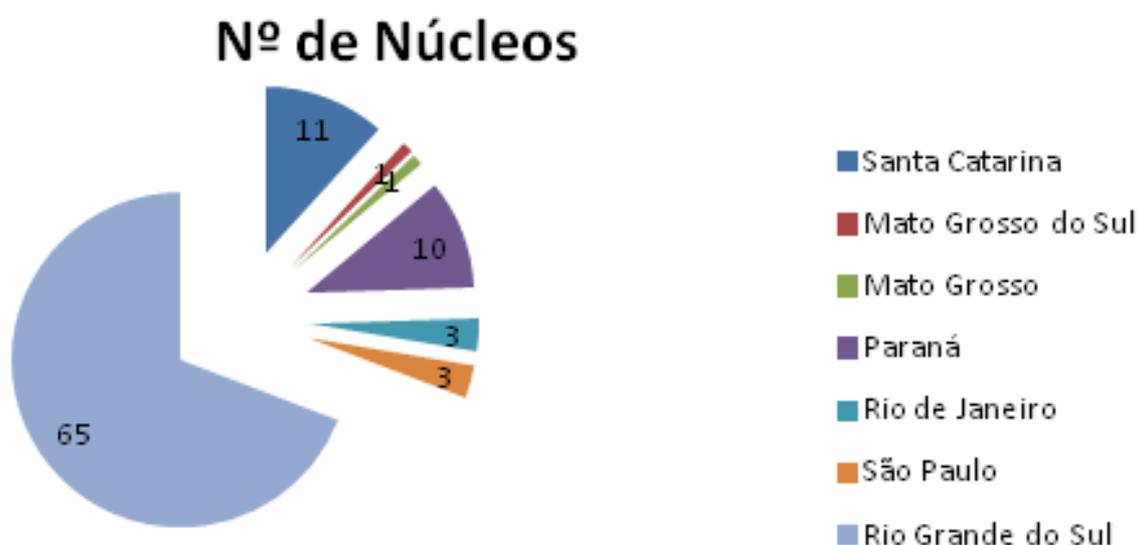
2.3.1 Núcleo de Criadores de Cavalos Crioulos (N.C.C.C.)

São entidades civis, sem fins lucrativos, vinculado a A.B.C.C.C., localizado nos municípios para melhor trabalhar, incrementar e estimular a criação de cavalos da Raça

Crioula no País, devem promover e organizar exposições, leilões, provas funcionais, marchas de resistência, dias de campo, resenhas coletivas, remates e/ou outros eventos que visem à competição zootécnica ou funcional; promover cursos, ciclos de palestras, encontros técnicos, visando à formação de profissionais e melhor orientação dos criadores. (A.B.C.C.C., 2014)

Atualmente no Brasil, a Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos, A.B.C.C.C., é composta por 94 Núcleos de Criadores de Cavalos da Raça Crioula, N.C.C.C., sendo que 29 estão localizados fora do Rio Grande do Sul, a saber: onze em Santa Catarina, dez no Paraná, um no Mato Grosso, um no Mato Grosso Sul, três no Rio de Janeiro e três em São Paulo (A.B.C.C.C.,2014).

Figura 1 - Número de Núcleos de Criadores de Cavalos da Raça Crioula, no Brasil, em dez/2013.



Fonte: A.B.C.C.C.,2014

2.3.2 Comercialização de Cavalos Crioulos

Na tabela, se apresentam as informações dos valores de comercialização em leilões do ano 2000 ao ano 2013.

Tabela 4: Dados de comercialização de cavalos Crioulos, nos últimos 13 anos

ANO	Nº de remates	Venda em leilões	Vendas particulares	Total de vendas
2000		R\$ 6.545.035,00		
2001		R\$ 9.210.453,00		
2002		R\$ 12.330.559,00		
2003		R\$ 18.429.421,00		
2004		R\$ 26.480.542,00		
2005		R\$ 46.763.204,00		
2006		R\$ 57.389.848,00		
2007		R\$ 63.458.256,00		
2008		R\$ 69.806.551,00		
2009		R\$ 61.000.000,00		
2010	159	R\$ 75.988.412,28	R\$ 48.888.125,76	R\$ 124.876.538,04
2011	191	R\$ 84.199.586,90	R\$ 38.694.330,48	R\$ 122.893.917,38
2012	186	R\$ 91.084.073,16	R\$ 77.506.971,40	R\$ 168.591.044,56
2013	194	R\$ 100.754.910,00	R\$ 82.415.797,40	R\$ 183.170.707,40

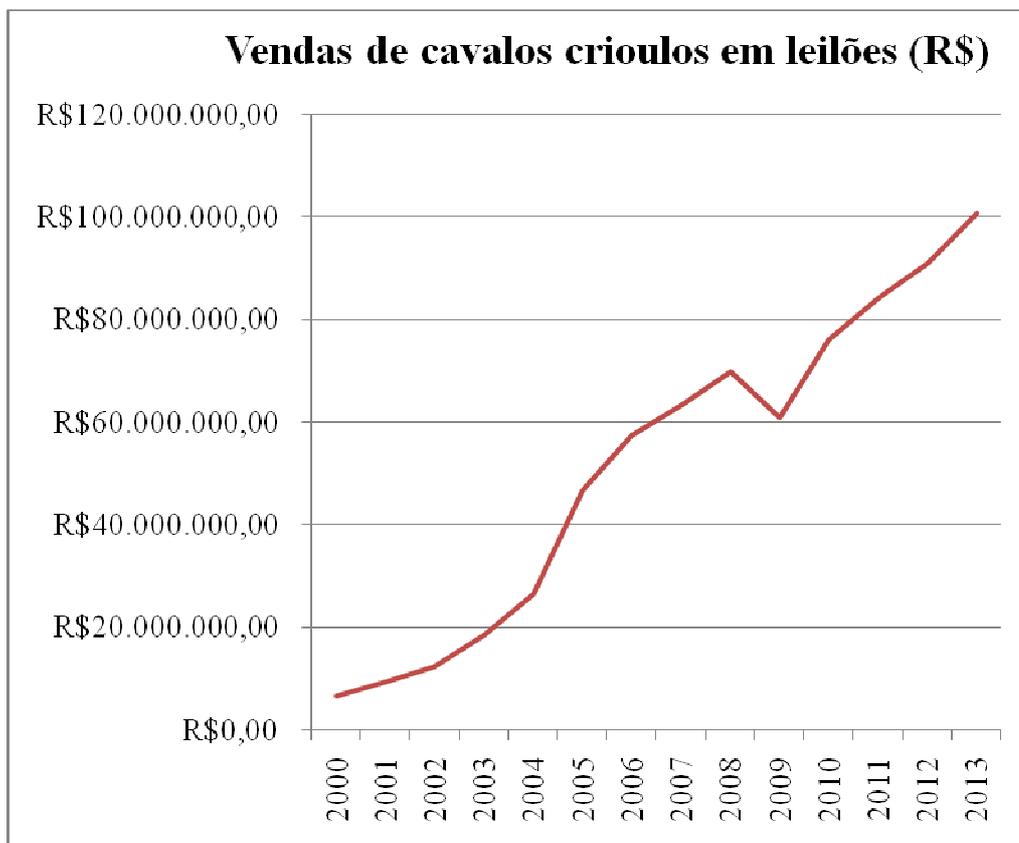
Fonte: A.B.C.C.C., 2014

O crescimento da comercialização, ocorre gradativamente do ano 2000 a 2008, fortalecendo o mercado do cavalo da Raça Crioula.

No ano de 2009, pode-se observar que houve decréscimo do valor comercializado, recuperando a partir de 2010 as negociações.

A Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos, a partir do ano de 2010, conseguiu reunir informações sobre as vendas particulares, possibilitando demonstrar o volume de valores que envolvem a comercialização do cavalo da raça Crioula.

Destacando que as comercializações em leilões e as comercializações em vendas particulares, continuam a crescer, fortalecendo o mercado do Cavalo da Raça Crioula.

Figura 2: Evolução das vendas de cavalos crioulos em leilões

Fonte: A.B.C.C.C., 2014

A análise das informações, indicam um consistente aumento dos valores comercializados no período de 2000 a 2013. No período mencionado, apenas no ano de 2009, teve uma diminuição referente ao ano anterior.

Pode ser destacado o aumento significativo no ano 2013, na comercialização em leilões e também nas vendas particulares.

O período entre os anos 2010 a 2013 demonstram que há uma tendência do aumento das vendas particulares, e se manterem as vendas em leilões.

Os números mostram uma evolução extremamente positiva, com tendência de alta para os próximos anos.

Tabela 5: Evolução dos volumes comercializados em leilões e vendas particulares

ANO	Venda em leilões (%)	Vendas particulares (%)	Total de vendas (%)
2010	61	39	100
2011	69	31	100
2012	54	46	100
2013	55	45	100

Fonte: A.B.C.C.C., 2014

Os volumes comercializados em leilões dos anos 2010 a 2013, mesmo com diferenças no percentual de crescimento, não influenciam nos volumes finais de comercialização da Raça, pois, as vendas particulares também possuem incremento de vendas ao longo destes anos.

2.4 Comercialização e Mercado

A comercialização não é apenas a venda da produção, mas sim um contínuo e organizado encaminhamento para um canal de comercialização, então, é o resultado direto da especialização e da tecnologia utilizada na produção, contribuindo para a evolução do sistema, uma vez que seu objetivo é aumentar a produtividade, e por consequência a produção (MENDES, 2007).

A Associação Americana de Comercialização conceitua a comercialização como desempenho de atividades comerciais que encaminha o curso das mercadorias e serviços do produtor ao consumidor final (AMA, 2006, apud MENDES, 2007).

Comercialização compreende “o conjunto de atividades realizadas por instituições que se acham empenhadas na transferência de bens e serviços desde o ponto de produção inicial até que eles atinjam o consumidor final” (PIZA & WELSH, apud BARROS, 2007).

Conforme destacado por Marques & Aguiar, 1993, enquanto a comercialização de alguns produtos engloba quatro transformações da matéria-prima (forma, tempo,

espaço e alterações de posse), outros produtos podem envolver apenas algumas dela (CABRAL, 2007).

Mercado era denominado o local onde vendedores expunham seus produtos para serem comercializados, atualmente por ter diversificações de mercadorias, aumento das negociações, aumento de estabelecimentos comerciais, o termo mercado passou a ser denominado para realizar transações comerciais, independente do espaço físico (ALBERGONI, 2008).

Mercado é um local ou contexto em que compradores e vendedores de bens e serviços estabelecem contatos e realizam transações (PASSOS, 2009).

Outra definição de mercado é: “grupo de compradores e vendedores que têm potencial para negociar uns com os outros” (HALL; LIEBERMAN, 2003, p. 56, apud WAQUIL, 2010).

Para Sandroni (2006, p. 528, apud WAQUIL,2010), em seu Dicionário de Economia do Século XXI:

[...] o termo designa um grupo de compradores e vendedores que estão em contato suficientemente próximo para que as trocas entre eles afetem as condições de compra e venda dos demais. Um mercado existe quando compradores que pretendem trocar dinheiro por bens e serviços estão em contato com vendedores desses mesmos bens e serviços. Desse modo, o mercado pode ser entendido como o local, teórico ou não, do encontro regular entre compradores e vendedores de uma determinada economia. Concretamente, ele é formado pelo conjunto de instituições em que são realizadas transações comerciais (feiras, lojas, Bolsas de Valores ou de Mercadorias, etc.). Ele se expressa, entretanto, sobretudo na maneira como se organizam as trocas realizadas em determinado universo por indivíduos, empresas e governos [...].

Alguns autores abordam o conceito de mercado apenas do ponto de vista do consumidor, que mercado corresponde à demanda por um grupo de produtos substitutos próximos entre si (KUPFER; HASENCLEVER, 2002, p. 35 apud WAQUIL, 2010).

O termo mercado envolve um espaço no qual as decisões dos compradores podem afetar sensivelmente as decisões dos vendedores, e vice-versa. (MENDES,2007). Mercado ideal é aquele que nem compradores, nem vendedores têm condições de influenciar preços de compra e de venda. Essa definição admite um grande número de vendedores e compradores negociando produtos não – diferenciados (MARQUES,2008).

2.5 Tipos de Mercado

As estruturas de mercados são analisadas de acordo com o número de compradores que é o mercado de bens e serviços e número de vendedores que é o mercado de fatores de produção (ALBERGONI, 2008).

Os mercados estão no centro da atividade econômica, estruturados de maneira diferenciada em função de homogeneidade ou diferenciação de produtos (PASSOS, 2009).

As estruturas de mercado captam como os mercados estão organizados, destacando aspectos essenciais na interação da oferta e demanda.

Na estrutura concorrência perfeita, existem muitos compradores e muitos vendedores. Ninguém influencia no preço das mercadorias, fluidez e liberdade (GREMAUD, 2004).

Na concorrência perfeita, existe um grande número de pequenas empresas, que oferecem o produto padronizado ou homogêneo, acompanhando os valores de mercado (O'SULIVAN, 2004).

Monopólio, é formada apenas um vendedor, que define o preço e a quantidade. Não havendo concorrência ou um produto substituto (GREMAUD, 2004).

Mercado atendido por uma única empresa, vindo assim a estipular o preço que desejar, forma o monopólio (O'SULIVAN, 2004).

Outras estruturas clássicas básicas mais comuns são: Oligopólio: Pequeno número de produtores que controlam a oferta e no mercado existem poucos vendedores e muitos compradores. Vendedores exercem controle sobre preço do produto final (GREMAUD, 2004).

Há frequência de um grande número de concorrentes no mercado, mas não o suficiente para anular a influência sobre o preço (VARIAN, 2006).

Monopsônio: um comprador para vários vendedores de produtos e/ou serviço; (GREMAUD, 2004). Oligopsônio: muitos vendedores para poucos compradores. Os compradores dominam o mercado (GREMAUD, 2004). Monopólio bilateral: modelo abstrato, onde existe um vendedor e um comprador apenas. Sendo o oposto a concorrência perfeita (GREMAUD, 2004). Concorrência monopolista ou imperfeita: as empresas produzem produtos diferenciados, embora substitutos próximos (GREMAUD, 2004).

2.6 Tipos de Canais de Comercialização

Segundo a Gerência de Desenvolvimento Econômico – GEDEC – os canais de comercialização podem ser:

a) nível zero - O produtor vende seu produto diretamente ao consumidor; b) nível um - O produtor vende seu produto ao varejista que vende ao consumidor; c) nível dois - O produtor vende seu produto ao atacadista, que posteriormente vende ao varejista que vende ao consumidor; d) nível três - O produtor vende seu produto ao atacadista local, que pode vender a um atacadista ou ao varejista que vende ao consumidor (GEDEC, 2013).

2.7 Tipos de Leilões

A Lei nº 8.883, 1994, Art. 22 -§ 5º: leilão é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados para a venda de bens móveis inservíveis para a administração ou de produtos legalmente apreendidos ou penhorados, ou para a alienação de bens imóveis prevista no art. 19, a quem oferecer o maior lance, igual ou superior ao valor da avaliação (Lei nº 8.883, apud, MENEZES, pág.21, 1998).

“... um leilão é simplesmente um método de alocação de recursos escassos, ao contrário de uma venda a preço fixo, onde um comprador entra na loja e observa o preço mas não sabe como foi determinado, em um leilão o preço é estabelecido pela interação entre os compradores potenciais. Em resumo, o leilão é um mecanismo que estabelece o preço no qual a oferta é igual à demanda em uma situação na qual o vendedor não sabe o valor que os diversos compradores atribuem ao objeto a ser vendido. Em um leilão cada comprador potencial e o vendedor sabem o seu próprio valor ou estimativa para o objeto mas não sabem o valor ou estimativa dos demais participantes. O vendedor quer obter o maior preço possível e os compradores querem ganhar o leilão pagando o menor preço possível” (MENEZES, pág. 21,1998).

A definição de leilões como mecanismo claro de mercado que iguala demanda e oferta, ou seja, o processo de formação de preços em leilões é explícito e que todas as partes envolvidas têm um bom entendimento de como é determinado o preço final (MENEZES E MONTEIRO, 2008, apud BRITO, 2008).

O leilão tradicional: um vendedor coloca itens a venda e compradores interessados são convidados a fazer propostas concorrentes entre si (KERIN, 2011).

O leilão reverso: o comprador comunica a necessidade de um produto, serviço, e fornecedores interessados são convidados a fazer propostas concorrentes entre si (KERIN, 2011).

O leilão ascendente, aberto, oral ou inglês: o preço é aumentado até um único participante permanecer no recinto e vencer o leilão (KLEMPERER, 2004, apud Brito, 2008).

Os participantes oferecem, preços mais altos, cada lance excede o anterior, e o bem é vendido àquele que apresentou lance mais alto (VARIAN, 2006).

O leilão decrescente ou holandês: começa com um preço alto e vai diminuindo até o arrematador aceitar o preço (KLEMPERER, 2004, apud Brito, 2008).

O leiloeiro inicia com preço alto e o reduz gradualmente, até que alguém adquira o bem (VARIAN, 2006).

O leilão de envelope lacrado de primeiro preço: o participante dá um único lance, sem saber o lance dos outros concorrentes, então vence o leilão aquele que der o maior lance, pagando o valor do seu próprio lance (KLEMPERER, 2004, apud Brito, 2008).

Cada participante escreve seu lance, coloca em envelope fechado, e o bem será de quem apresentar o maior lance (VARIAN, 2006).

O leilão de envelope lacrado de segundo preço ou Leilão de Vickrey: o vencedor do leilão de envelope lacrado de segundo preço, apesar de vencer o leilão com o maior lance paga somente o segundo maior lance (KLEMPERER, 2004, apud Brito, 2008).

Quem oferece mais fica com o produto, mas somente paga o preço oferecido por quem fez o segundo lance mais alto (VARIAN, 2006).

“Com valores independentes privados, os formatos de leilões, produzem a mesma renda esperada” (MENEZES E MONTEIRO, 2008, apud BRITO, 2008).

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

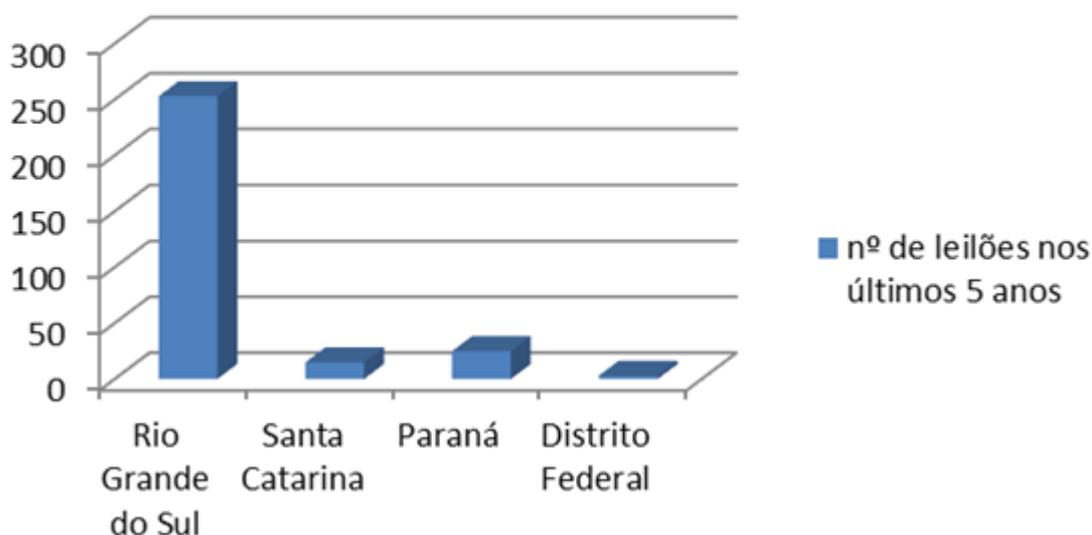
Nest seção serão apresentadas os resultados e discussões referentes aos dados do instrumento de pesquisa, através da elaboração de gráficos e tabelas, por intermédio de planilha elaborada no Excel, para uma melhor visualização das questões.

3.1 Caracterização da Organização

A pesquisa foi elaborada apartir de questionário enviado por e-mail à Empresa Leiloeira XX, que está no mercado de leilões há mais de 50 anos, sendo uma das maiores leiloeiras do cavalo da Raça Crioula, cadastrada no Canal Rural. Tem sua sede localizada no município de Porto Alegre, no Estado do Rio Grande do Sul, possui 23 funcionários fixos e 20 funcionários temporários. A Empresa trabalha também com leilões bovinos. Segundo o diretor da leiloeira no primeiro semestre de 2013 nos leilões de cavalos crioulos, houve crescimento de 20,7%, com faturamento total de R\$ 28,1 milhões ante o número de R\$ 22,3 milhões do primeiro semestre de 2012, confirmando que a temporada se revelou a melhor da história para a empresa, “tanto no cavalo crioulo quanto na pecuária os resultados foram expressivos”.

3.2 Dados Coletados na Empresa Leiloeira

Figura3–Número de leilões realizados pela Empresa Leiloeira, nos últimos 5 anos



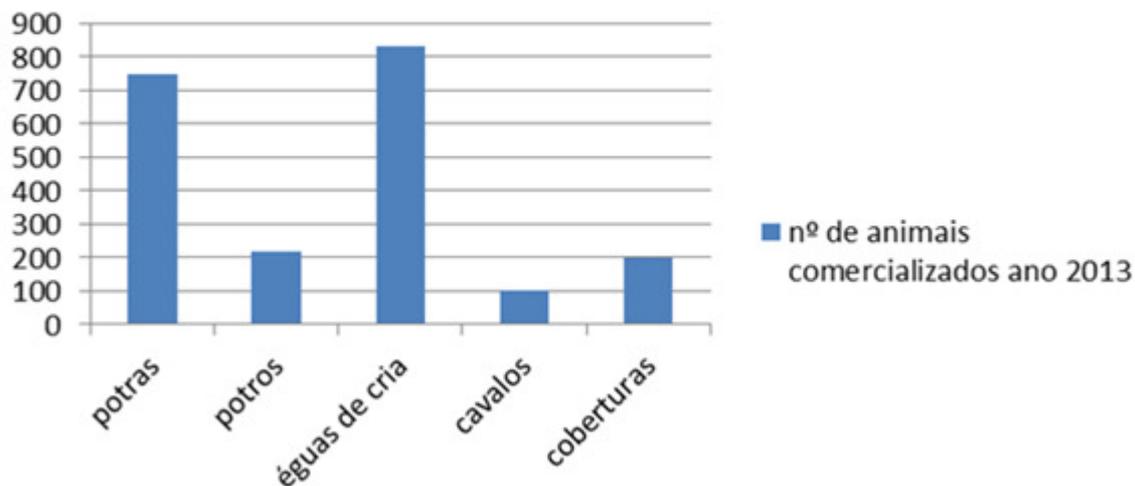
Fonte: Autora, 2014

De acordo com os dados repassados pela Empresa Leiloeira, nos últimos 5 anos, foram realizados no Estado Rio Grande do Sul 253 leilões, que representam 85,5%.

O Estado do Paraná com 25 leilões, representando 8,5%, seguido de 15 leilões no Estado de Santa Catarina, que equivalem a 5% dos leilões realizados.

Iniciando os trabalhos no Distrito Federal com um número reduzido de leilões, que chegaram a 3 nestes últimos anos, contemplando 1% dos leilões realizados pela Empresa nestes últimos 5 anos.

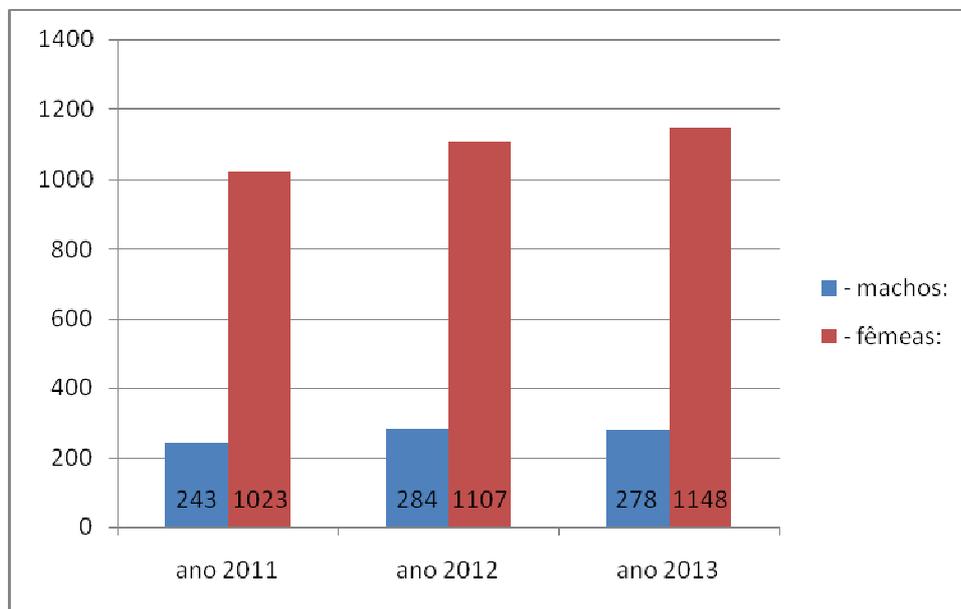
Estas informações demonstram que o mercado do cavalo da Raça Crioula, está começando a ser acrescido pelos novos negócios em outros estados.

Figura4 - Número de cavalos Crioulos comercializados nos leilões no ano de 2013

Fonte: Autora, 2014

Pode-se verificar que na categoria de Cavalos da Raça Crioula, a comercialização sempre em maior número se dá para as fêmeas. Em 2013, teve sua ascensão para éguas de cria, com a quantidade de 830 animais comercializados, correspondendo a 40% das vendas, seguido da categoria das potras que chegou a ser de 35,70% dos animais comercializados.

Na categoria de potros e coberturas as mesmas não possuem diferenças expressivas, cada um fica com 9,5% do mercado, porém na categoria de cavalos o percentual foi de 5,3%, ficando bem definido que o mesmo não possui muita procura.

Figura5 - Volume de cavalos da raça Crioula comercializados utilizando o Canal Rural

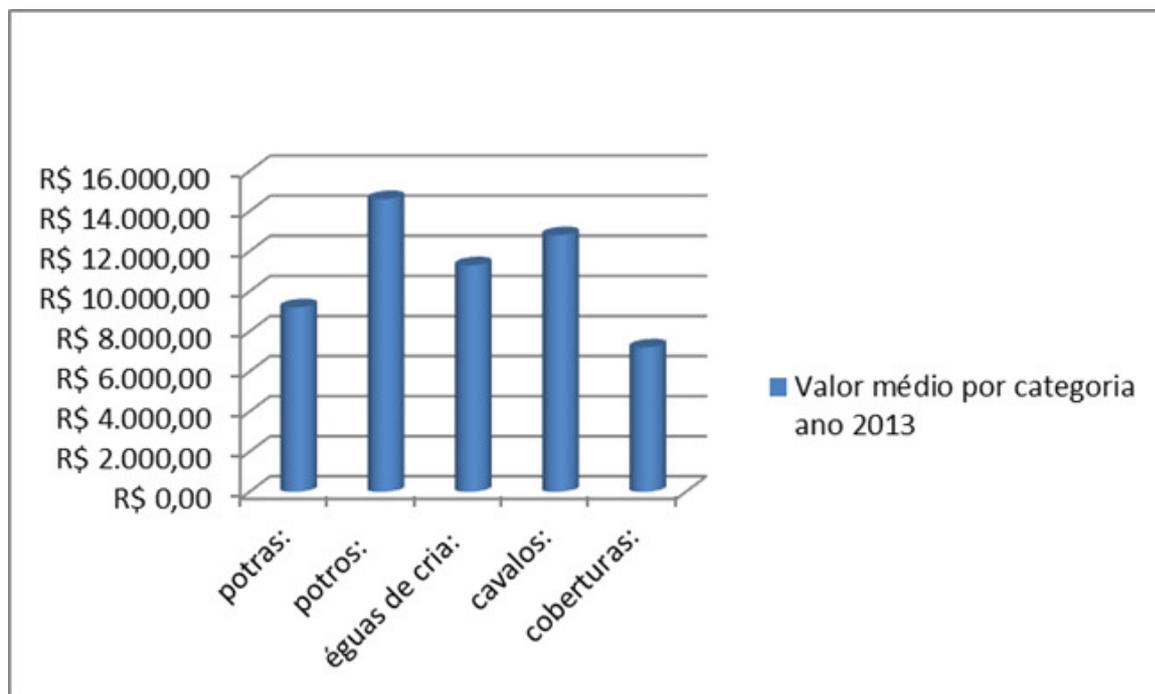
Fonte: Autora, 2014

O Canal Rural,impulsionou a comercialização de cavalos da raça Crioula, pela facilidade que o comprador possui, pois, necessariamente o mesmo não precisa estar no local do leilão para adquirir os animais que mais lhe interessam.

No ano de 2011 a comercialização da categoria de machos representou 19,19% das vendas do ano em relação a categoria de fêmeas que foi de 80,80%.

No ano de 2012 a comercialização da categoria de fêmeas representou 79,60%, vindo a categoria de machos 20,40% crescer sem expressividade em relação ao ano 2011.

No ano 2013 a comercialização da categoria de machos representou 19,50% no volume de animais comercializados por este meio de comunicação, chegando então a categoria das fêmeas a 80,50%, mantendo então o volume em percentuais sem modificações para ambas as categorias, nos 3 anos estudados.

Figura6 -Valor médio de venda por categoria de animais, ano 2013

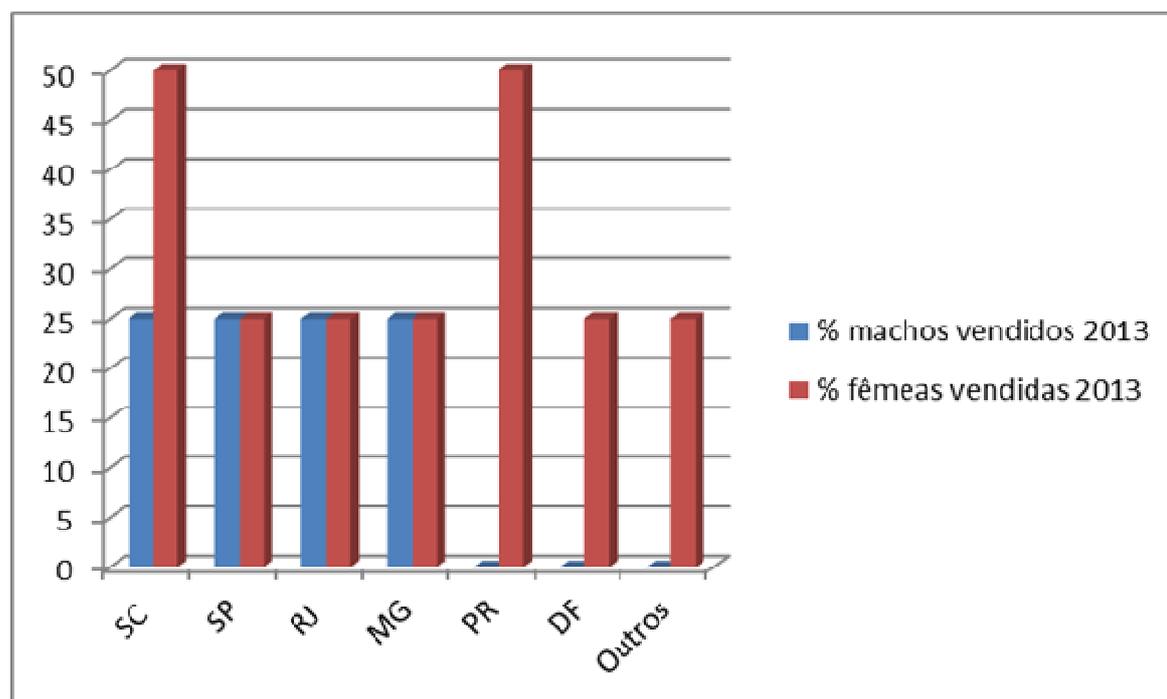
Fonte: Autora, 2014

Quando expressamos os valores médios das categorias de cavalos da raça Crioula vendidos, os mesmo surpreendem, pois, os potros (animais com até 2,5 anos) tem valores expressivos, tendo sido comercializado no ano de 2013 pela empresa leiloeira com média em R\$ 14.600,00.

A categoria dos cavalos (animais acima de 2,5 anos) com valor médio de R\$ 12.800,00, na categoria de éguas de cria, a média foi R\$ 11.300,00.

A categoria das potras, tiveram valor médio de R\$ 9.200,00 e as coberturas (semêm) chegaram a serem vendidas por R\$ 7.200,00.

Figura 7 - Percentagem de cavalos da raça Crioula vendidos para outros estados, em 2013



Fonte: Autora, 2014

Segundo a Empresa Leiloeira, no ano de 2013, os percentuais comercializados referentes a categoria de machos para os Estados de Santa Catarina, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais foram de até 25%, e para o Paraná compreendeu entre 26% a 50%.

Na categoria de fêmeas os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais Distrito Federal e Outros, foram comercializados 25% dos animais colocados para venda, e os Estados de Santa Catarina e Paraná compraram 26% a 50% dos animais desta categoria.

Tabela 6 : Clientes da Empresa Leiloeira, por qual(ais) motivo(s) compram Cavalos da Raça Crioula

Motivos da Compra	%
melhorar a manada para as atividades pecuárias da propriedade	51% a 75%
para a prática de esporte e lazer (rodeios, enduros, marchas, cavalgadas...)	51% a 75%
empresários que focam novos negócios, oportunidade de mercado	26% a 50%
continuar o trabalho dos familiares quando de herança recebida	25%
focam os trabalhos ao freio de ouro	25%
apaixonados por equinos	25%

Fonte: Autora, 2014

Os produtores rurais possuem diferentes critérios de escolha de suas atividades produtivas, pois, as circunstâncias levam a determinado foco que desejam alcançar, e não é diferente, nas motivações dos compradores de cavalos da raça Crioula.

Segundo informações repassadas pela Leiloeira, as principais motivações que levam seus cliente à adquirir cavalos da Raça Crioula, estão entre 51% a 75% as opções de: melhorar a manada para atividades pecuárias da propriedade e para a prática de esporte e lazer.

Em segundo lugar, entre 26% a 50%, os clientes da Empresa Leiloeira, adquirem animais como oportunidades de mercado, novos negócios.

As motivações nas opções apaixonados por equinos, continuar o trabalho dos familiares quando de herança recebida e focam os trabalhos ao freio de ouro, ficaram até 25% das escolhas ao adquirirem estes animais.

Tabela 7: Participação da Leiloeira no Total Comercializado, em 2013.

Categorias	Nº animais	R\$/animal	R\$ Totais
potras	750	9.200,00	6.900.000,00
potros	220	14.600,00	3.212.000,00
éguas de cria	830	11.300,00	9.379.000,00
cavalos	100	12.800,00	1.280.000,00
coberturas	200	7.200,00	1.440.000,00
	2.100		22.211.000,00

Fonte: Autora, 2014

A Empresa Leiloeira no ano de 2013, comercializou 2.100 animais nas diferentes categorias, finalizando seus negócios com média de R\$ 10.576,66 por animal.

Compreendendo o ano de 2013, a Empresa Leiloeira, teve do total de vendas em leilões, referente as informações da Associação, participação de 22% do total comercializado (tabela 3) no ano de 2013.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as análises e discussões descritas, os estudos bibliográficos em conjunto com os dados recolhidos e analisados, fizeram entender o quanto é importante para o agronegócio a comercialização do cavalo da raça Crioula,

A Empresa Leiloeira tem suas negociações ajustadas em 25% á vista, as outras negociações ocorrem em 50 parcelas iguais, com aprovação do crédito do cliente,

Entre as opções de leilões, analisando-se os dados da empresa, ficou constatado que a mesma utiliza o leilão ascendente, no qual o preço é sucessivamente aumentado até que reste apenas um comprador.

Os valores comercializados, nestes 13 anos tiveram um crescimento anual expressivo, mesmo com o decréscimo no ano de 2009, podemos afirmar que ocorrem evoluções nas vendas do cavalo da Raça Crioula, mantendo a cadeia de produção ativa.

A Empresa Leiloeira, está abrindo novas oportunidades de negócios, pois realizou nos últimos 5 anos 296 leilões, compreendendo os Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Distrito Federal.

As vendas da Empresa atingiram além dos Estados do Sul, os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Distrito Federal, oportunizando que estes cavalos da Raça Crioula, cheguem a várias localidades no Brasil, a partir das novas formas de visibilidade do produto que estão sendo utilizadas.

Para atingir novos clientes no Brasil, a partir da utilização do Canal Rural, e internet, proporcionou-se maior visibilidade da raça, agilidade nas negociações, facilidade em mostrar o produto, redução dos custos de deslocamento dos clientes. Reforçando que a grife do cavalo da Raça Crioula, as divulgações na mídia, feiras e as provas da raça, fortalecem e valorizam o cavalo, que pode ser utilizado para diversas modalidades.

Mesmo que os Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, tenham o maior número de criadores e proprietários, percebe-se que outros Estados estão começando a criar cavalos da Raça Crioula e outros a adquirir estes animais. Foram identificados diversos motivos para as compras realizadas pelos clientes da Empresa Leiloeira, sendo os principais, melhorar manadas de campo, animais para a prática de esporte e lazer, e considerar esta atividade produtiva como atividade financeira para novos investimentos.

O mercado demonstra a maior comercialização de éguas de cria, focando o mercado sempre para as fêmeas, que apesar das grandes quantidades vendidas, tem seus valores médios menores que os machos. Afirmando que os compradores possuem interesses diferentes, e as fêmeas por apresentarem temperamentos dóceis, são mais fáceis de serem comercializadas.

As vantagens da comercialização em leilões, são oferecer visibilidade da raça, realizar vendas com valores interessantes para compradores e vendedores, por parte dos compradores, chances de adquirir animais, de vários criatórios, para melhorar ou montar o próprio criatório, e a dificuldade em conseguir financiamento, pois as instituições financeiras não oferecem linhas de crédito para aquisição de cavalos.

Dentre as limitações da pesquisa, pode-se destacar foram as dificuldades em conseguir maiores informações de leilões e leiloeiras sobre a atividade, necessitando que novos trabalhos, continuem pela busca de maiores informações, para que possamos mensurar mais precisamente os Estados e municípios que movimentam o comércio do cavalo da Raça Crioula, e o quanto desse volume tem participação no PIB do agronegócio.

5.REFERÊNCIAS

ALBERGONI, LEIDE: **Economia**, Curitiba : IESDE Brasil S.A. , 2008

ABCCC – Associação de Criadores de Cavalos Crioulos, **Manual do Criador**, 2013. Disponível: http://www.racacrioula.com.br/site/content/associados/manual_criador.php. Acesso 20 jan. 2014

BARROS, GERALDO SANT'ANA DE CAMARGO: **Economia da comercialização agrícola**. Universidade de São Paulo – USP - Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” – ESALQ Departamento de Economia, Administração e Sociologia – LES - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada – CEPEA 2007

BRITO, MARCOS ANTÔNIO; et al: **Uso da teoria dos leilões na determinação da disponibilidade a pagar por produtos tecnológicos: uma análise experimental**, 2008 – disponível em: <http://www.ipece.ce.gov.br/economia-do-ceara-em-debate/vii-encontro/artigos> >. Acesso em: 10 jan. 2014

BUONO, DEANNA: **A origem do cavalo moderno: O que sabemos sobre a história do gênero Equus**, 2011 – Disponível: < <http://www.deannabuono.com> >. Acesso 10 jan. 2014

GERENCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – GEDEC –Governo do Distrito Federal – GDF Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – SEAPA-DF empresa de assistência técnica e extensão rural – EMATER-DF- 2013

GUILHON, PAULO. **Doma Racional interativa** – Viçosa: Aprenda Fácil, 2003 – pag. 23

GREMAUD, AMAURY PATRICK; et al: **Manual de economia** – 5.ed. – São Paulo: Saraiva, 2004.

HASSE, GERALDO: **Paixão gaúcha: mais que um esporte, o Freio de Ouro, competição com finais disputadas durante a Expointer, em Esteio, RS, fez do cavalo crioulo um grande negócio**, 2003. Disponível: < <http://revistagloborural.globo.com> >. Acesso 15 jan. 2014

KERIN, ROGER: **Marketing recurso eletrônico** – 8 ed. – Porto Alegre: AMGH, 2011

MARQUES, PEDRO VALENTIN; MARQUES, PEDRO; MARTINES. JOÃO F., MELLO, PEDRO: **Mercados futuros agropecuários: exemplos e aplicações para o mercado brasileiro**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

MENDES, JUDAS TADEU GRASSI; PADILHA JR, JOÃO BATISTA. **Agronegócio: uma abordagem econômica**. São Paulo, Pearson, 2006.

MENEZES, FLÁVIO M.: **Entendendo leilões** - Revista Conjuntura Econômica, FGV, pág. 21, 1998

NUNES,LUCIA :**Mercado de equinos no Brasil – 2014** – disponível: < <http://www.canaldoprodutor.com.br/comunicacao/noticias/mercado-de-equinos-no-brasil->>. Acesso: 20 mar. 2014

O’SULLIVAN, ARTHUR. **Introdução a economia: princípios e ferramentas** – São Paulo: Prentice Hall, 2004

PASSOS, CARLOS ROBERTO MARTINS: **Princípios de economia** – 5.ed.rev.São Paulo: Cengage Learning, 2009.

PHILIPPSEN; COLONETTI :**Cavalo Crioulo – Seleção genética e aptidão** - Universidade Federal de Pelotas - Centro de Desenvolvimento Tecnológico - Núcleo de Biotecnologia, s.d.. Disponível: < <http://www2.ufpel.edu.br/biotecnologia/gbiotec/site>>. Acesso: 20 mar. 2014

ROESCH, SYLVIA MARIA AZEVEDO. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração:guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso.** 3.ed. – São Paulo : Atlas, 2005.

SILVER, CAROLINE: **Tudo sobre cavalos:** um guia de 200 raças – 3.ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2000

VARIAN, HAL R.. **Microeconomia: conceitos básicos**– 9. Ed. – Rio de Janeiro, 2006

WAQUIL, PAULO DABDAB; PAULO DABDAB WAQUIL; MARCELO MIELE; GLAUCO SCHULTZ: **Mercados e comercialização de produtos agrícolas;** coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.

ANEXO A–Levantamento de Dados

Dados abaixo foram buscados junto a Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos A.B.C.C.C..

1. Número de produtores de cavalos Crioulos no Rio Grande do Sul e em outros estados:

Ano	Número de Produtores no Rio Grande do Sul	Número de Produtores excluindo o Rio Grande do Sul
2013		

2. Número de criadores de cavalos Crioulos no Rio Grande do Sul e em outros Estados:

Ano	nº de Criadores no Rio Grande do Sul	nº de Criadores excluindo o Rio Grande do Sul
2013		

3. Número de sócios e não - sócios na Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos:

Ano	nº de associados	nº de não - sócios
2013		

8. Você acha que a comercialização do cavalo Crioulo em leilões está em expansão?

() sim () não
por que?

9. Compradores de cavalos Crioulos, por qual (ais) motivos eles o fazem:

* apaixonados por equinos:

() até 25 % () 26% a 50% () 51% a 75% () mais de 75%

* melhorar a manada para as atividades pecuárias da propriedade:

() até 25 % () 26% a 50% () 51% a 75% () mais de 75%

* para a prática de esporte e lazer (rodeios, enduros, marchas, cavalgadas...) :

() até 25 % () 26% a 50% () 51% a 75% () mais de 75%

* continuar o trabalho dos familiares quando de herança recebida:

() até 25 % () 26% a 50% () 51% a 75% () mais de 75%

* empresários que focam novos negócios, oportunidade de mercado:

() até 25 % () 26% a 50% () 51% a 75% () mais de 75%

* focam os trabalhos ao freio de ouro :

() até 25 % () 26% a 50% () 51% a 75% () mais de 75%

* outro (s) motivo (s), qual (ais):

10. Você acha que a utilização do Canal Rural facilitou a comercialização do cavalo Crioulo?

11. Você acha que a grife cavalo Crioulo impulsionou os negócios ?

() sim () não Por que?

12. Quais são os canais de comercialização do cavalo crioulo, além do leilão?