



# COINTER PDVAgro 2023

VIII CONGRESSO INTERNACIONAL DAS CIÊNCIAS AGRÁRIAS

Edição Presencial Recife (PE) | 29, 30 de nov a 1 de dez

ISSN: 2526-7701 | PREFIXO DOI: 10.31692/2526-7701

## PROMOÇÃO DA CUNICULTURA PET NOS MUNICÍPIOS DE BANANEIRAS E SOLÂNEA – PB

## FOMENTO DE LA CUNICULTURA DE MASCOTAS EN LOS MUNICIPIOS DE BANANEIRAS Y SOLÂNEA – PB

## PROMOTION OF PET CUNICULTURE IN THE MUNICIPALITIES OF BANANEIRAS AND SOLÂNEA – PB

Apresentação: Pôster

Elyson Figueiredo da Silva Cabral<sup>1</sup>; Zenaide Gomes da Silva<sup>2</sup>; Larissa Nicácio Pessoa<sup>3</sup>; Gilmaria Firmo Marinho<sup>4</sup>; Alexandre Lemos de Barros Moreira Filho<sup>5</sup>

### INTRODUÇÃO

A cunicultura é o ramo da zootecnia que trata da criação produtiva, econômica e racional do coelho doméstico. Esta criação pode ser direcionada para produção de carne, pele, pelos, produção de matrizes e reprodutores, animais de laboratório ou animais de companhia. O coelho doméstico (*Oryctolagus cuniculus* Lillyeborg, 1983) é de origem europeia, possui hábitos noturnos e apresenta como vantagens biológicas, adaptação ao consumo de fibras, ser mamífero e prolífero, ter uma gestação curta e ovulação induzida pelo ato sexual. (FERREIRA et al., 2012)

A criação de coelhos pet vem ganhando espaço nos últimos anos, estes são comercializados através de feiras, pet shops, em sites de venda e redes sociais, sendo que as vendas pela internet são mais frequentes. Assim observa-se que há segmentos da cunicultura a serem explorados, tais como o de itens e serviços para coelhos de companhia. (MACHADO, 2012; MACHADO & FERREIRA, 2014)

Segundo Machado (2012), a cunicultura pet, voltada para animais de companhia,

<sup>1</sup> Licenciatura em Ciências Agrárias, Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias da UFPB, [silvaelyson46@gmail.com](mailto:silvaelyson46@gmail.com)

<sup>2</sup> Licenciatura em Ciências Agrárias, Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias da UFPB, [zenaidegomesif@gmail.com](mailto:zenaidegomesif@gmail.com)

<sup>3</sup> Licenciatura em Ciências Agrárias, Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias da UFPB, [larissanicaciopessoa@gmail.com](mailto:larissanicaciopessoa@gmail.com)

<sup>4</sup> Bacharelado em Agroindústria, Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias da UFPB, [gilmariamarinhomara@gmail.com](mailto:gilmariamarinhomara@gmail.com)

<sup>5</sup> Departamento de Ciência Animal, Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias da UFPB, Bananeiras, PB, Brasil, [alexandrelemosmoreira@gmail.com.br](mailto:alexandrelemosmoreira@gmail.com.br)

representa uma parcela significativa do mercado e importante para a geração de renda para pequenos produtores devido ao seu alto valor agregado. O autor também ressalta a importância do diálogo entre os elos da cadeia produtiva para organização da cunicultura e seu crescimento, além de considerar fundamental que o setor acadêmico trabalhe junto com o setor produtivo na busca de melhorias para os problemas enfrentados.

A extensão universitária é uma ação de uma universidade junto à comunidade, através dela, constroem-se novos e diferentes saberes, numa diferenciação entre o saber popular, que seria o da sociedade, e o saber científico, que é o das universidades. Além de propiciar aos meios acadêmicos a revisão permanente dos currículos, para alimentar e auxiliar a harmonia entre Sociedade e Universidade. Segundo Serrano (2008, p. 5) a extensão abre caminho para transformar a sociedade, a própria universidade e as relações entre outros saberes acadêmicos. Então, entendemos que a extensão traz melhoria não só para a sociedade, mas para ambas as partes como um todo, ou seja, a sociedade aprende com a universidade e a universidade aprende com a sociedade.

A extensão remete ao contato imediato da comunidade interna de uma determinada instituição de ensino superior com a sua comunidade externa, mas naturalmente com a sociedade à qual ela está mais próxima. A ideia de extensão está associada a disseminação do conhecimento gerado pelas instituições de pesquisa, que deve necessariamente possuir intenções de transformar a realidade social, intervindo em suas deficiências e não se limitando apenas à formação dos alunos regulares (DO AMOR DIVINO, 2013).

Compreende-se que a universidade possui teorias, metodologias e processos que podem ser utilizados para construção do conhecimento junto às comunidades rurais em parceria como os saberes locais, contribuindo assim com a ciência. A construção de conhecimentos é possível por meio de um processo essencialmente dialógico, tendo as metodologias participativas papel relevante para apoiar essa interação (GOMES, 2020).

Dessa forma o presente trabalho objetivou-se a difundir a cunicultura e capacitar donos de Pet shop e tutores de coelhos pet dos municípios de Bananeiras, Solânea e Campina Grande-PB, quanto as técnicas de manejo nutricional, manejo sanitário e ambiental, para melhoria do bem-estar dos coelhos PET e maior sucesso desta atividade.



## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A cunicultura é o ramo da zootecnia que trata da criação produtiva, econômica e racional do coelho doméstico. Esta criação pode ser direcionada para produção de carne, pele, pelos, produção de matrizes e reprodutores, animais de laboratório ou animais de companhia. O coelho doméstico (*Oryctolagus cuniculus* Lillyeborg, 1983) é de origem europeia, possui hábitos noturnos e apresenta como vantagens biológicas, adaptação ao consumo de fibras, ser mamífero e prolífero, ter uma gestação curta e ovulação induzida pelo ato sexual. (FERREIRA et al., 2012)

A domesticação do segmento iniciou-se com os romanos, na antiguidade, criando os primeiros coelhos em liberdade, em grandes parques, e, posteriormente, na Idade Média, os monges, em conventos, foram os primeiros propagadores da Cunicultura em alojamento e gaiolas por toda a Europa. Tal prática expandiu pela Bélgica, França e Inglaterra, de onde se ramificou pelo mundo e, após algumas décadas foram introduzidas nos EUA e Canadá. (CUNICULTURA, 2015)

Segundo Pimentel et al. (2014) a cunicultura apresenta várias vantagens para criação, por se tratar de uma atividade que exige pouco espaço, manejo relativamente simples, de pouco esforço físico, com baixo custo de investimento inicial, alta prolificidade, além de se tratar de uma atividade muito interessante do ponto de vista da sustentabilidade ambiental, devido à baixa produção de dejetos, elevado grau de aproveitamento de subprodutos e baixo consumo de água.

O Brasil é o segundo maior mercado de pet do mundo (HEKER, 2015) e os animais de estimação movimentam um avantajado e promissor mercado de consumo em diversos segmentos de negócios como: Pet Serv (serviços e cuidados com animais), Pet Food (alimento), Pet Vet (medicamentos veterinários) e Pet Care (equipamentos, acessórios e produtos para higiene e beleza) (GONÇALVES, 2014; GOLIN e BLAITT, 2019). Assim como em toda expansão, o mercado pet tem atraído novos investidores e com isso aumentado a concorrência quando se trata de atenção e fidelidade do consumidor (ABINPET, 2018).

(MACHADO e FERREIRA, 2014). Este crescimento tem colaborado para a movimentação econômica do país, uma vez que o brasileiro investe em média cerca de R\$3.000,00 anualmente com seu animal de estimação (SILVA, 2019). Atualmente, o mercado



pet já representa 0,36% do PIB brasileiro, à frente dos setores de utilidades domésticas e automação industrial (ABINPET, 2020).

Existem várias raças de coelhos destinadas às mais diversas finalidades de acordo com aspectos de cada raça, considerando para estes o objetivo da criação como carne, pele, pet, lã ou filhote. As raças mais utilizadas são a Califórnia, Nova Zelândia, Chinchila, Azul de Viena, Angorá, Rex e gigante de Flandes. A raça califórnia, por exemplo, pode ser duplamente aproveitada, pois possuem ótima pele branca que é ideal para corte de carne fina, e são animais com boa qualidade de produção (BERALDO, 2012).

A produção e comercialização de coelhos de companhia é hoje uma atividade lucrativa que vem despertando interesse de vários criadores e tutores de animais em potencial (FERREIRA e MACHADO, 2007).

Atualmente a cunicultura pet que proporciona a produção de animais de companhia, representa uma parcela expressiva no mercado de produção de coelhos no Brasil, além de ser importante para geração de renda de pequenos produtores (MACHADO, 2012). De acordo com Machado e Ferreira (2014) no país encontra-se um amplo espaço para o crescimento das linhas de abate e Pet sem que haja necessariamente competição entre elas.

O coelho pet é uma ótima alternativa devido ao seu alto valor agregado, baixo investimento no número de matrizes, de mão de obra, de gaiolas e infraestrutura (GONÇALVES, 2014); possuir uma variedade de raças de pequeno porte para criação (MACHADO et al., 2014) e sua produção e comercialização ser uma atividade lucrativa gerando interesse de diversos criadores e até mesmo tutores (VALENTIM et al., 2018). No entanto, há poucos serviços, lojas e produtos específicos para coelhos pet como itens de enriquecimento ambiental, da mesma forma alimentos específicos formulados tecnicamente e gaiolas com tamanho adequado para esses animais (MACHADO e FERREIRA, 2014)

Sabe-se que as primeiras concepções acerca da extensão universitária surgiram nas universidades populares da Europa, no século passado. Objetivou-se, por essas universidades, disseminar os conhecimentos técnicos a fim de contribuir com o próprio compartilhamento dos saberes junto aos setores populares. Ampliou-se, mais tarde, essa concepção, concretizando ainda mais o pensamento de que havia a necessidade de a universidade compartilhar conhecimento nos setores populares. Apontavam-se, a partir



disso, alguns aspectos que poderiam ser úteis como elementos básicos para a formulação daquilo que, posteriormente, chamar-se-ia de extensão universitária (OLIVEIRA et al, 2013)

Percebe-se, nesse sentido, que refletir a respeito dos projetos de extensão universitária é refletir acerca, primordialmente, dos objetivos aos quais se propõem, visto que o objetivo do projeto de extensão é disseminar as teorias, apoiando as práticas de pesquisa, visando a contribuir para a propagação de novas ideias e concepções, novas práticas e teorias (OLIVERIRA et al,2013)

## **METODOLOGIA**

### **Etapas de Execução da Proposta:**

1º Etapa: Seleção dos Pets Shops:

Na proposta original do projeto o mesmo seria desenvolvido com pets shops dos municípios de Campina Grande, Solânea e Bananeiras-PB, porém devido as questões logísticas o município de Campina Grande foi excluído. Inicialmente, foi realizado um levantamento na internet para termos uma estimativa do quantitativo de estabelecimentos presentes nos municípios de Solânea e Bananeiras. Posteriormente, foi realizado o levantamento dos contatos telefônicos dos estabelecimentos e a tentativa do primeiro contato. Pela busca realizada na internet foram identificados quinze (15) estabelecimentos comerciais, entre pets shops e casas de venda de produtos agrícolas.

2º Etapa: Elaboração do Questionário:

O questionário foi elaborado com o objetivo de identificar quais as principais atividades realizadas pelos estabelecimentos comerciais voltados para criação de coelhos, e para ser aplicado durante as visitas aos estabelecimentos. O questionário era formado por oito perguntas objetivas.

Pergunta 1 – Qual o município do estabelecimento?

Pergunta 2 – Quais os tipos de produtos?

Pergunta 3 – Existe procura por produtos para coelhos, quais?

Pergunta 4 – Possui interesse por capacitação na área?

Pergunta 5 – Possui conhecimento que na UFPB tem um setor de criação de coelhos?

Pergunta 6 – Possui interesse de participar do projeto?



Pergunta 7 – Qual o tipo de estabelecimento?

Pergunta 8 – Existe procura por coelhos?

3º Etapa: Visita aos Estabelecimentos Comerciais:

Do quantitativo inicial de quinze estabelecimentos identificados através do levantamento dez (10) foram visitados. No dia 13/03/2023 foram realizadas visitas *in loco* nos comércios das cidades de Solânea e Bananeiras onde durante estas visitas foram aplicados os questionários nos petshops e casas de Rações. No total foram visitados neste dia 10 estabelecimentos, destes 6 estabelecimentos aceitaram fazer parte do projeto (imagem 1).

Durante a visita foi realizada a aplicação do questionário apresentado anteriormente. Aplicação do questionário visou diagnosticar os principais focos na cunicultura pet no mercado local, como também, identificar as principais carências apresentadas pelos estabelecimentos e diagnosticar o conhecimento básico dos mesmos sobre a criação de coelhos (Quadro 1).

4º Etapa: Criação do Grupo de Whatsapp:

Posteriormente as visitas foi criado um grupo no aplicativo de mensagens WhatsApp com o objetivo de divulgação de informações sobre a cunicultura e maior contato com os comerciantes, afim de solucionar algumas de suas dúvidas e futuras visitas ao laboratório de cunicultura do Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias (CCHSA) - UFPB (Imagens 5). Inicialmente, foi realizada a gravação de um vídeo com intuito da disseminação das primeiras informações sobre o objetivo do projeto e como iria proceder o projeto em conjunto com os participantes (Imagem 6). Além disso, semanalmente foram confeccionados e abordados variados tópicos como, manejo sanitário, principais raças entre outros assuntos sobre a cunicultura pet (Imagens 7 a 9)

5º Visita Técnica ao Laboratório de Cunicultura:

Foi realizada uma visita *in loco* no laboratório de cunicultura no dia 22/05/2023, durante a visita foi recebida uma das comerciantes e foram retiradas algumas de suas dúvidas sobre a criação de coelhos pet, principais acomodações necessárias para os animais e como deve ser feito o manejo dos animais (Imagens 10 a 13)

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### Quadro 1 – Resultado do questionário aplicado nos estabelecimentos.



## QUESTIONÁRIO PROBEX CUNICULTURA 2023

PERGUNTA	OPÇÕES	PORCENTAGEM
<b>O estabelecimento é de Bananeiras ou Solânea?</b>	BANANEIRAS	90%
	SOLÂNEA	10%
<b>Quais tipos de produto?</b>	RAÇÃO	66,70%
	BRINQUEDOS	0%
	ACESSÓRIOS	0%
	ANIMAL VIVO	0%
	MEDICAMENTO	16,70%
	GAIOLA	16,70%
<b>Principais produtos mais procurados pelos clientes?</b>	RAÇÃO	20%
	MEDICAÇÃO	20%
	ACESSÓRIOS	20%
	GAIOLA	20%
<b>Possui interesse por capacitação na área?</b>	sim	83,30%
	não	16,70%



<b>tem conhecimento do setor de coelhos do CCHSA - UFPB ?</b>	sim	83,30%
	não	16,70%
<b>Possui interesse em participar do projeto ?</b>	sim	100%
	não	0%

Foram realizados todos os procedimentos descritos na metodologia, nas pesquisas realizadas por meio do questionário, muitos comerciantes não tinham o animal vivo para comercialização, mas tinham brinquedos e o principal produto foi a ração de coelhos.

Muitos dos empreendedores ao serem questionados demonstraram interesse em se capacitar, mas a interação via WhatsApp não aconteceu da maneira desejada, muitos produtores não respondiam, nem interagiam no grupo e na visita presencialmente, que foi realizada no laboratório de cunicultura do Campus III – UFPB, apenas uma comerciante se fez presente.

**Imagens 1 e 2 – Visita em *in – loco* por uma das participantes do projeto ao laboratório de cunicultura do Centro de Ciências Humanas Sociais e Humanas (CCHSA)**







Fonte: Acervo Pessoal (2023)



INSTITUTO INTERNACIONAL  
**DESPERTANDO  
VOCações**

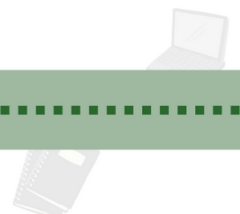
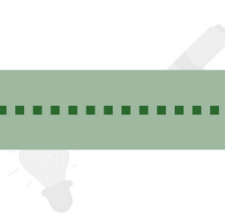


Fonte: Acervo Pessoal (2023)

**Imagens 3 a 4 – algumas dos comércios visitados durante as visitas in loco nas cidades de Bananeiras e Solânea.**



INSTITUTO INTERNACIONAL  
**DESPERTANDO  
VOCações**





Fonte: Acervo Pessoal (2023)



INSTITUTO INTERNACIONAL  
**DESPERTANDO  
VOCações**



Fonte: Acervo Pessoal (2023)



INSTITUTO INTERNACIONAL  
**DESPERTANDO  
VOCACÕES**



Fonte: Acervo Pessoal (2023)

## CONCLUSÕES



INSTITUTO INTERNACIONAL  
DESPERTANDO  
VOCACÕES

O interesse em capacitação dos comerciantes foi significativo, onde dos estabelecimentos participantes do projeto, uma alta parcela demonstrou interesse em se capacitar na criação de coelhos pet.

Conclui-se que existe uma procura significativa nos municípios trabalhos durante o projeto, tanto pelos coelhos para pet, quanto por seus produtos, mas, ainda se tem uma falta de capacitação e conhecimento muito alta para os comerciantes sobre a criação destes animais e quais suas necessidades.

## REFERÊNCIAS

ABINPET - Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (São Paulo). **Mercado pet Brasil**. 2019. Disponível em: <http://abinpet.org.br/mercado/>.

ABINPET - Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação. **Informações gerais do setor Pet**. 2020.

BERALDO, R.M.; MENEGHIN, M.C.; BARBOZA, R.A.B. **Cultura orgânica**. Dossiê Técnico. Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas. SBRT. p. 26. 2012.

CUNICULTURA. **Cunicultura – Histórico da Criação de Coelhos**. Disponível em: . Acessado no dia 10/12/2015.

DE PAULA, João Antônio. **A extensão universitária: história, conceito e propostas**. Interfaces-Revista de Extensão da UFMG, v. 1, n. 1, p. 5-23, 2013.

DO AMOR DIVINO, Anne Emiler et al. A extensão universitária quebrando barreiras. **Caderno de Graduação-Ciências Humanas e Sociais-UNIT-SERGIPE**, v. 1, n. 2, p. 135-140, 2013.

FERREIRA; W, N. MACHADO; L, C. JARUCHE; Y, G. CARVALHO; G, G. OLIVEIRA; C, E, A. SOUZA; J, D, S. CARISSIMO; A, P, G. **Manual Prático de Cunicultura**. Editor: Luiz Carlos Machado. BAMBUÍ - MG, BRASIL, 2012.

FERREIRA, W. M. ; MACHADO, L. C. Perspectivas da Cunicultura Brasileira. **Revista Veterinária e Zootecnia em Minas**, Belo Horizonte, p. 41 - 44, 01 mar. 2007.

GOMES, Luiz Antônio Augusto et al. Extensão universitária em comunidade rural: diálogos



para conservação da *Araucaria angustifolia*. **Revista Conexão UEPG**, v. 16, n. 1, p. 2013566, 2020.

GONÇALVES, G. A. D. NASCIMENTO, C. E. A. C. do. NAITO, A. R. SACCO, S. R. **Criação de Mini Coelhos como Alternativa para Pequenos Produtores**. 3º Jornada Científica e Tecnológica da FATEC de Botucatu. São Paulo, 2014.

GOLIN, E. BLAITT, R. M. N. A. **Suplemento Técnico-Científico: Parâmetros Fisiológicos de Mini Coelho Holandês**. Boletim Informativo ACBC v.16, ano 03, 2019. Disponível em:

HEKER, M. M. Opinião: A Cunicultura Pet no Brasil. *Revista Brasileira de Cunicultura*, v. 7, n. 1, abril de 2015. Disponível em: < <http://www.rbc.acbc.org.br> >

MACHADO, L.C. **Opinião: panorama da cunicultura brasileira**. *Revista Brasileira de Cunicultura*, v. 2, n. 1, 2012.

MACHADO, L. C.; FERREIRA, W. M. **Organização e estratégias da cunicultura brasileira – A busca por soluções**. V Congresso Americano de Cunicultura, Universidad Autónoma del Estado de México. México, 2014. p. 53-81.

MACHADO, L. C. **A cunicultura que temos e a cunicultura que podemos ter**. Boletim Informativo ACBC, ano 6, v25, p. 56-62, 2022.

OLIVEIRA, Lucia Conde de et al. Dialogues between social work and popular education: thinking based on a popular-scientific experience. **Serviço Social & Sociedade**, p. 381-397, 2013.

PIMENTEL F.E., SANTOS, C.F. PONTARA, B.P.V., MACHADO, L.C. PIMENTEL, N.E. **Peso médio de coelhos puros Nova Zelândia Branco**. VII Semana de Ciência e Tecnologia IFMG - campus Bambuí. 2014.

SANTOS, Gisele Rodrigues de Oliveira et al. **Cunicultura como atividade agrícola e pecuária na sustentabilidade do meio rural**. 2018.

SERRANO, Rossana Maria Souto Maior. **Conceitos de extensão universitária: um diálogo com Paulo Freire**. Paraíba, 2008

SORDI, V. F.; ROSA, C. O.; MARTINS, V. N. A cunicultura na estratégia de diversificação



em propriedades rurais. **A Revista Eletrônica da Faculdade de Ciências Exatas e da Terra Produção/construção e tecnologia**, v. 3, n

VALENTIM, J. K. et al. **Perfil dos Criadores de Coelho PET no Brasil**. Revista Brasileira de Cunicultura, v. 13, abril de 2018. Disponível em: .



INSTITUTO INTERNACIONAL  
**DESPERTANDO  
VOCACÕES**

