

**PRODUÇÃO E MERCADOS DOS PRODUTOS TRADICIONAIS
PORTUGUESES DE ORIGEM OVINA: 2003-2012**
***PRODUCTION AND MARKETS OF PORTUGUESE TRADITIONAL
PRODUCTS OF ORIGIN OVINA: 2003-2012***

Paula Sofia Alves do Cabo¹

Alda Maria Vieira Matos²

Maria Isabel Barreiro Ribeiro³

António José Gonçalves Fernandes⁴

Resumo: Este trabalho visa contribuir para o desenvolvimento da ovinocultura em Portugal baseado em produtos de elevado valor acrescentado, ou seja, em produtos tradicionais de qualidade. Neste sentido, analisa a produção e comercialização de produtos qualificados com Denominação de Origem Protegida e Indicação Geográfica Protegida, provenientes de ovinos (queijo e carne), com base em fontes documentais. O estudo engloba uma análise temporal (2003-2012) de indicadores de produção e comercialização de queijos e carnes certificados e sua comparação com produtos similares. Os resultados evidenciam a relevância decrescente das carnes qualificadas de borrego relativamente à produção nacional. Todavia, globalmente, os produtores mostraram ser capazes de explorar a mais-valia da certificação por via do diferencial dos preços. As carnes foram comercializadas pelos agrupamentos de produtores, para os mercados locais/regionais e nacional, preferencialmente para os médios e grandes supermercados. Relativamente ao queijo de ovelha, verificou-se, em média, um diferencial de 23% entre os preços dos produtos certificados e similares, a favor do produto certificado. Os queijos de ovelha eram maioritariamente comercializados pelos produtores, para os médios e grandes supermercados, no mercado nacional. Os resultados demonstram a importância do

¹ Doutorada em Economia pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Prof. Adjunta do Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior Agrária (IPB-ESA). Investigadora do Instituto Politécnico de Bragança – Centro de Investigação de Montanha (IPB-CIMO). E-mail: paulacabo@ipb.pt

² Doutorada em Educação Ambiental pela Universidade de Salamanca. Prof. Adjunta do Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior Agrária (IPB-ESA). E-mail: alda@ipb.pt

³ Doutorada em Economia pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Prof. Adjunta do Instituto Politécnico de Bragança – Escola Superior Agrária (IPB-ESA). Investigadora da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro - Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (UTAD – CETRAD). E-mail: xilote@ipb.pt

⁴ Doutorado em Gestão pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Prof. Adjunto do Instituto Politécnico de Bragança – Escola Superior Agrária (IPB-ESA). Investigador da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro - Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (UTAD – CETRAD). E-mail: toze@ipb.pt

associativismo no desenvolvimento da atividade e evidenciam a necessidade de melhorar a estratégia de comunicação de marketing e de aumentar o poder negocial dos criadores e produtores.

Palavras-chave: Produtos Tradicionais de Qualidade. Ovinocultura. Produção. Comercialização.

Abstract: This paper aims to contribute to the growth of sheep breeding in Portugal, through the development of traditional quality food products. Thus, it analyzes the production and marketing of products qualified products with Protected Designation of Origin and Protected Geographical Indication, obtained from the sheep (cheese and meat), using secondary sources. The study includes a temporal analysis (2003-2012) of indicators of production and marketing of certified sheep cheese and lamb meat and its comparison with similar products. The results showed the decreasing relevance of qualified lamb meat in the domestic production. However, generally, producers were able to explore the added value of certification in terms of price. These lambs were marketed by producers associations, for medium and large grocery stores, and are destined to local/regional and national markets. The sheep cheeses presented, on average, a differential of 23% between the prices of certified products and similar products, in favor of the certified product. The sheep cheeses were predominantly traded by producers in domestic market, preferential for medium and large grocery stores. The results show the importance of associativism, the need to improve marketing communication strategy and to increase the bargaining power of the creators and producers.

Keywords: Quality Traditional Food Products. Sheep Breeding. Production. Marketing.

1. INTRODUÇÃO

As presentes políticas comunitárias de incentivo à valorização dos produtos agroalimentares tradicionais com nomes protegidos consideram esses produtos uma aposta estratégica para o desenvolvimento do espaço rural (TIBÉRIO & CRISTÓVÃO, 2001).

Os pequenos ruminantes, particularmente as espécies ovina e caprina, possuem maior capacidade de aproveitar os nutrientes especialmente em terrenos acidentados e de baixa produtividade forrageira do que outras espécies

de maior dimensão. Em regime de exploração extensiva, ajudam a prevenir incêndios, potencializam o desenvolvimento vegetal e evitam fenômenos de erosão. Os produtos obtidos (carne, queijo ou lã/couro) são de qualidade singular, alcançando preços elevados no mercado (RENTE, 2014).

Os ovinos foram domesticados há mais de 10.000 anos na Ásia Central, expandindo-se posteriormente para a Europa e para o Norte de África e chegaram à Península Ibérica por volta de 5.000 anos a.C. pela costa mediterrânea. A pele e a lã foram utilizadas no vestuário, a carne e o leite na alimentação (RENTE, 2014).

Esses animais assumem atualmente um papel fundamental na sustentabilidade das economias das regiões rurais menos desenvolvidas, não só como uma alternativa econômica viável para a população rural, dada a escassez de atividades alternativas à agropecuária, mas também pela sua contribuição no combate à desertificação humana do espaço rural.

O pastoreio, em regime extensivo, faculta aos animais uma alimentação diversificada, pelo que o presente modelo de exploração contribui para a obtenção de produtos locais, típicos e tradicionais, de elevada qualidade. Contudo, a reduzida escala de produção das explorações condiciona as opções estratégicas disponíveis e dita a aposta em produtos de elevada qualidade, cuja mais-valia é reconhecida pelo consumidor.

A aposta nos produtos com distintivos de origem e qualidade, como a Denominação de Origem Protegida – DOP – e a Indicação Geográfica Protegida – IGP – enquadra-se nas linhas de orientação estratégica apoiadas pela União Europeia. Os produtos com Nome Protegido caracterizam-se pelo seu carácter endógeno e tipicidade, dada a associação a raças autóctones, com processos de transformação específicos e localizados regionalmente, e, desta forma, dão a conhecer o que há de melhor, com características únicas e distintivas, sendo um trunfo importante para o desenvolvimento dessas regiões (DRAP CENTRO, 2015).

De fato, os produtos qualificados expressam uma potencialidade endógena, contribuindo para o aumento da competitividade setorial e criação de

postos de trabalho, pelo que constituem um importante elemento no desenvolvimento dos territórios rurais (Gabinete de Planeamento e Políticas – GPP, 2007), especialmente no caso das regiões mais carenciadas do interior.

A Comunidade Europeia (CE) refere que a qualidade é um problema de todos, agricultores e consumidores (COMISSÃO EUROPEIA, 2016). Os agricultores devem construir uma reputação baseada na elevada qualidade da oferta para sustentar a sua competitividade e rentabilidade. Da parte dos consumidores, verifica-se que o interesse pelos produtos de qualidade diferenciada é crescente e o fato de terem ocorrido algumas crises alimentares na última década, originou uma maior preocupação relativa à origem e aos modos de produção dos alimentos (GOMES *et al.*, 2005).

A conjugação desses fatores permite que os produtos tradicionais reforcem a sua posição no mercado e conquistem o gosto e confiança dos consumidores (LONDON ECONOMICS, 2008). Os sistemas de proteção e valorização de produtos agroalimentares e gêneros alimentícios da UE são importantes pilares da política europeia de qualidade, por protegerem as denominações dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios (TIBÉRIO *et al.*, 2001).

Os produtos tradicionais são produtos únicos que refletem a cultura, identidade e história do povo que os produz, que se materializa na estreita ligação com a sua origem geográfica, matérias-primas utilizadas, modo de produção, saber fazer, tradição e permanência no tempo, pelo que não devem ser entendidos apenas como um alimento (VALES, 2014).

Alguns produtos alimentares, cuja qualidade os diferencia dos produtos correntes, começaram a ser designados pelos nomes das terras, regiões ou locais onde são produzidos, ou seja, a indicação da sua origem passou a fazer parte integrante do seu nome para os distinguir e tornar mais apetecidos pelo consumidor, sendo, frequentemente, os próprios consumidores os responsáveis por essa “designação” (SOEIRO, 2006).

Esta associação do nome ao local ou região de origem, como forma de valorizar os produtos, foi persistindo ao longo do tempo sem qualquer

regulamentação. Todavia, quando um produto adquire um certo nível de reputação, poder-se-á confrontar no mercado com produtos imitados ou com a mesma denominação, prática que figura como concorrência desleal e induz o consumidor em erro, conduzindo à necessidade da instituição de mecanismos de proteção contra a utilização abusiva e a usurpação do nome dos referidos produtos (RIBEIRO, 2011).

No final da década de 1980, a CE debateu-se com a crise do modelo de desenvolvimento da Política Agrícola Comum – PAC –, até então assente numa filosofia produtivista, que conduziu ao aumento da produtividade, à intensificação e especialização dos sistemas de produção, à homogeneização dos produtos, a excedentes de determinados produtos agrícolas, à queda dos rendimentos dos agricultores e, sobretudo, ao abandono e desertificação das regiões rurais mais desfavorecidas (TIBÉRIO *et al.*, 2008).

Por outro lado, fruto da livre circulação, assistia-se à proliferação de bens de diferentes origens, a par da tendência, por parte dos consumidores, de privilegiarem na sua alimentação a qualidade em detrimento da quantidade. Face a essa conjuntura, impôs-se a necessidade de reorientar a PAC, no sentido de favorecer a diversificação da produção agrícola, a fim de se obter um melhor equilíbrio entre a oferta e a procura no mercado (Preâmbulo do Reg. CEE n.º 2 081/92). Foi no âmbito dessa reorientação que surgiu a necessidade de proteger e valorizar um rico património de produtos agrícolas e agroalimentares, com características qualitativas decorrentes da sua origem geográfica e do modo particular de produção, ligado aos hábitos ancestrais das populações.

Assim, em 1992, no contexto da política de qualidade dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios, a CE produziu normativos que viriam a regulamentar os sistemas de proteção e valorização dos produtos agroalimentares⁶, particularmente, as designações DOP, IGP e Especialidade

⁶ O Regulamento (CEE) n.º 2 081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à Proteção das Indicações Geográficas e Denominações de Origem dos Produtos Agrícolas e dos Gêneros Alimentícios e o Regulamento (CEE) n.º 2 082/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo aos Certificados de Especificidade dos Produtos Agrícolas e Gêneros Alimentícios. Estes Regulamentos foram revogados e substituídos, respetivamente, pelo Regulamento (CE) n.º

Tradicional Garantida – ETG. A designação DOP é o nome de um produto cuja produção, transformação e elaboração ocorrem numa área geográfica delimitada (região ou localidade, ou em casos excepcionais um país) com um saber fazer reconhecido e verificado. Na designação IGP, a relação com o meio geográfico subsiste, pelo menos numa das fases da produção, transformação ou elaboração. O produto pode beneficiar de uma boa reputação tradicional. Por fim, a ETG não faz referência a uma origem, mas tem por objeto distinguir uma composição tradicional do produto ou um modo de produção tradicional.

Em 2010, existiam 867 produtos com certificação DOP/IGP/ETG na UE, cujo valor global das vendas ascendia a 15.790 milhões de euros. Esse valor traduz um acréscimo de 19% relativamente a 2005, em parte devido ao registo de mais 240 novos produtos.

Em 2010, Portugal detinha 111 produtos com Nome Protegido, uma performance exemplar, especialmente tendo em consideração a dimensão do país. Contudo, o valor das vendas da produção certificada nacional era de apenas 73 milhões de euros (inferior a 0,5% do total da UE) (CHEVER *et al.*, 2012).

No final de 2013 estavam registrados na UE como DOP/IGP/ETG 1.150 produtos. Portugal detinha 118 denominações registradas, o que representa 10,2% dos nomes registrados na UE, sendo o quarto país com mais denominações, ultrapassado apenas pela Itália (254), França (200) e Espanha (164). Neste ano, o valor da produção nacional de produtos com Nome Protegido era de apenas 114,5 milhões de euros. O peso da produção DOP/IGP/ETG na produção total nacional indica que a importância relativa da produção certificada para as mesmas categorias de produtos é ainda pouco expressiva, na ordem dos 0,5%. Destacam-se pela positiva os frutos DOP/IGP, que representam 15,6% da produção total de frutos do país (GPP, 2016).

510 / 2006 do Conselho de 20 de Março de 2006 e Regulamento (CE) n.º 509/2006 do Conselho de 20 de Março de 2006.

O presente estudo visa contribuir para o desenvolvimento da ovinocultura em Portugal baseado na valorização dos produtos tradicionais de reconhecida qualidade provenientes de raças ovinas autóctones. Assim sendo, se busca demonstrar que o futuro dessa atividade deverá assentar em uma estratégia de crescimento baseada em produtos de elevado valor acrescentado.

2. MATERIAL E MÉTODOS

O estudo abarca o período de 2003 a 2012 e engloba uma análise de indicadores relativos à produção e comercialização de queijos e carnes certificados de ovino (volume e valor da produção, preço mais frequente, mercados de destino e modalidades de escoamento), individual e globalmente, incluindo a comparação com produtos similares considerando os produtos que não foram submetidos ou aprovados no processo de certificação (GPP, 2008-2014).

Os dados relativos à produção certificada tiveram por base os inquéritos anuais dirigidos aos agrupamentos gestores dos Nomes Protegidos publicados pelo GPP (GPP, 2008-2014), sendo que para o período de 2003 a 2007 foram obtidos através do Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica – IDRHA (IDRHA, 2005-2007). Para a produção nacional foram utilizadas as estatísticas agrícolas do Instituto Nacional de Estatística – INE (INE, 2004-2015).

Para o tratamento da informação, adotou-se uma metodologia de investigação quantitativa, descritiva e longitudinal, bem como a análise de conteúdo da bibliografia sobre a temática.

Seguindo a metodologia do GPP, neste trabalho, entende-se por: (a) Preço do produto, preço de venda do agrupamento/produtor, preço mais frequente (preço com maior número de observações) à 1ª transação, incluindo impostos indiretos sobre o consumo; (b) Produtos similares, produtos não submetidos/aprovados no processo de certificação (GPP, 2008-2014); (c) Peso limpo, peso do corpo da rês despojada da pele e órgãos internos, com exceção dos rins e gorduras envolventes, depois de desprovidos da cabeça,

extremidades locomotoras e cauda; e (d) Valor da produção, produto obtido pelo preço médio ponderado do preço mais frequente pela quantidade produzida.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 DESENVOLVIMENTO DA OVINOCULTURA EM PORTUGAL

Em 2013, existiam aproximadamente 1.183 milhões de ovinos no mundo, um acréscimo de 13% desde 2003 (Food and Agriculture Organization of the United Nations – FAOSTAT, 2015). A Ásia possuía o maior rebanho, com 528 milhões de ovinos, representando cerca de 45% do efetivo mundial. Em seguida, surge a África, com 332 milhões de cabeças, correspondendo a 28% do total mundial. Finalmente, 130 milhões de cabeças distribuíam-se pelo continente europeu, 106 milhões pela Oceania, apresentando as Américas um efetivo de 86 milhões de cabeças (FAOSTAT, 2015).

Em Portugal, em 2013, o efetivo de ovinos ascendia a 2.074 milhões (INE, 2015), comparado a 2.775 milhões de cabeças registradas em 2003 (GPP, 2014a). Esse decréscimo superior a 700 milhões de cabeças corresponde a uma perda superior a 25% do efetivo. De fato, na década em análise observou-se um decréscimo contínuo do efetivo a partir do ano de 2006 (-4,1% em média anual) (GPP, 2014a), com tendência para se manter.

De acordo com a Sociedade Portuguesa de Ovinotecnia e Caprinotecnia – SPOC (2015) – existem em Portugal quinze raças autóctones de ovinos: Bordaleira de Entre Douro Minho, Campaniça, Churra Algarvia, Churra Badana, Churra do Campo, Churra Galega Bragançana, Churra Galega Mirandesa, Churra do Minho, Churra da Terra Quente, Merina da Beira Baixa, Merina Branca, Merina Preta, Mondegueira, Saloia e Serra da Estrela.

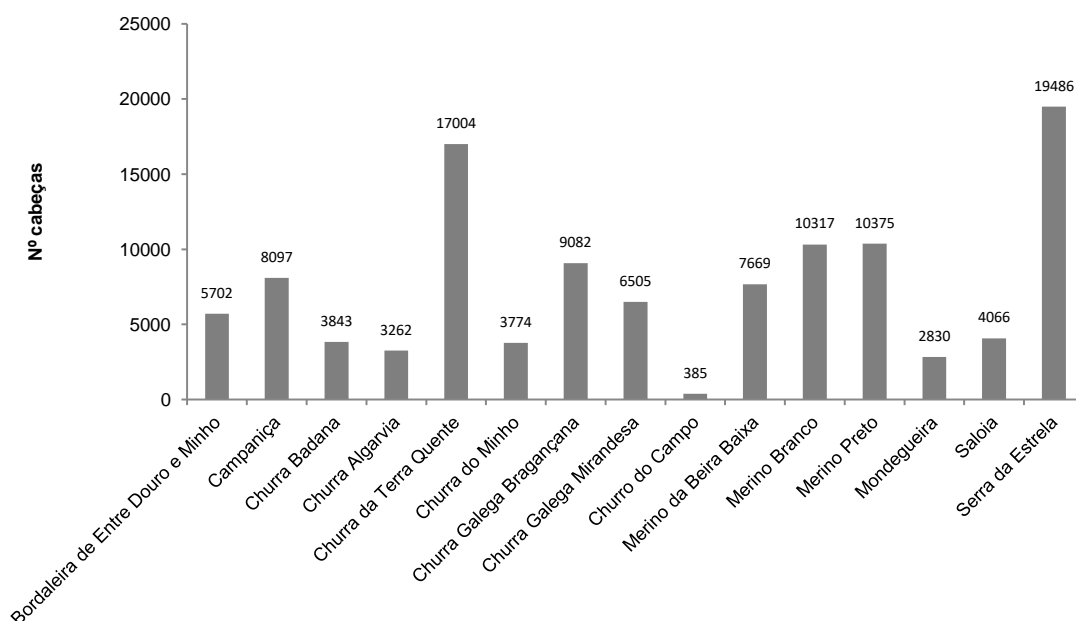
Segundo o GPP (2014b), em 2013, o total de animais inscritos no livro genealógico transpunha os 112 milhões de cabeças, ou seja, 5% do total do efetivo ovino do país. Nesse mesmo ano, estavam registrados nos livros genealógicos 994 criadores de ovinos, correspondendo, a dimensão média do

seu efetivo, a um valor superior a 113 cabeças. Um valor significativamente superior ao valor médio do efetivo ovino nacional, que era inferior a 47 cabeças por exploração (INE, 2015).

A raça Merino Branco, originária na região Alentejana, apresenta a dimensão média mais elevada do efetivo (cerca de 449 cabeças/exploração), seguindo-se a raça Campaniça, originária da planura Sul-Alentejana, com 386 cabeças/exploração. A raça Bordaleira de Entre Douro e Minho, com 28 cabeças/exploração, apresentava a menor dimensão do efetivo. As restantes apresentavam um valor médio superior à média do efetivo ovino nacional.

As raças Serra da Estrela, cujo solar corresponde à bacia hidrográfica do rio Mondego, e Churra da Terra Quente, proveniente da fusão das raças Badana e Mondegueira de Trás-os-Montes, apresentavam, em 2013, os maiores rebanhos (19.486 e 17.004), correspondentes, respectivamente, a 17% e 15% do efetivo ovino autóctone português (Figura 1) (GPP, 2014b).

Figura 1. Distribuição do efetivo ovino por raças autóctones (2013).



Os borregos da Beira, de Montemor-o-Novo, do Baixo Alentejo e do Nordeste Alentejano, possuem qualificação IGP, e os borregos da Serra da

Estrela, Terrincho e os cordeiros Bragançano, do Barroso e Mirandês, possuem certificação DOP (Quadro 1).

Quadro 1: Produtos DOP/IGP de origem ovina segundo a sua proveniência.

Produto	Certificação DOP/IGP	Proveniência (raça autóctone)
Borrego do Baixo Alentejo (IGP)	1996	Borregos das raças Merino (Branco ou Preto) ou Campaniça e seus cruzamentos com as raças do tronco Merino
Borrego Terrincho (DOP)	1994	Borregos da raça Churra da Terra Quente
Borrego da Beira (IGP)	1994	Borregos das raças Merino da Beira Baixa, Churra do Campo e Churra Mondegueira
Borrego do Nordeste Alentejano (IGP)	1998	Borregos da raça Merino Branco regional, puros ou cruzados com raças melhoradoras do Merino Branco
Borrego de Montemor-o-Novo (IGP)	1994	Borregos puros e cruzados da raça Merino Branco regional
Borrego Serra da Estrela (DOP)	1994	Borregos da raça Serra da Estrela
Cordeiro do Barroso (IGP)	2000	Borregos provenientes do cruzamento de ovinos das raças Churra Galega e Bordaleira de Entre Douro e Minho
Cordeiro ou Canhão Mirandês (DOP)	2012	Borregos da raça Churra Galega Mirandesa
Cordeiro Bragançano (DOP)	1994	Borregos da raça Churra Galega Bragançana
Queijo de Azeitão (DOP)	1994	Leite puro de ovelha da raça Saloia
Queijo de Castelo Branco (DOP)	1996	Leite de ovelhas da região, maioritariamente da raça Merino da Beira Baixa
Queijo de Nisa (DOP) Queijo de Évora (DOP)	1994	Leite de ovelha das raças Merinos regionais e seus cruzamentos
Queijo Serpa (DOP)	1994	Leite de ovelha da região, maioritariamente da raça Saloia
Queijo Serra da Estrela (DOP) Requeijão Serra da Estrela (DOP)	1994	Leite de ovelha das raças Serra da Estrela e/ou Churra Mondegueira
Queijo Terrincho (DOP)	1994	Leite de ovelha da raça Churra da Terra Quente
Queijo Amarelo da Beira Baixa (DOP) Queijo Picante da Beira Baixa (DOP)	1994	Leite de ovelha cruzada de Merinos regionais e de cabra Charnequeira ou só de ovelha
Queijo Mestiço de Tolosa (IGP)	1998	Leite de ovelha com base nas raças Merino, Bordaleira e Saloia e de cabra com base na raça Serpentina
Queijo de Rabaçal (DOP)	1996	Leite de ovelha e cabra

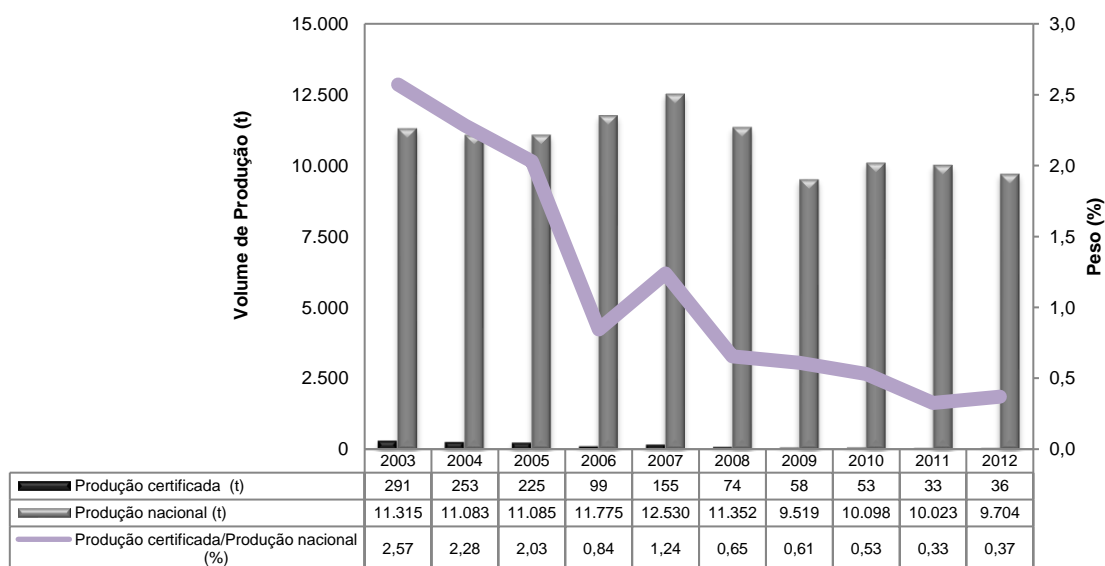
Fonte: Elaboração própria com base em GPP (2007); DGADR (2014); SPOC (2015); e *Direção Regional de Agricultura e Pescas do Centro – DRAP Centro* (2015).

Os queijos de Azeitão, Castelo Branco, Évora, Nisa, Serpa, Terrincho, Serra da Estrela e Requeijão da Serra da Estrela, são fabricados com leite puro de ovelha. Enquanto os queijos da Beira Baixa (Amarelo e Picante), Rabaçal e Queijo Mestiço de Tolosa incorporam leite de ovelha e de cabra da região de denominação de origem. Todos os queijos possuem qualificação DOP, exceto o Queijo de Tolosa, que é o único IGP (Quadro 1).

3.2 PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE CARNE DE OVINO QUALIFICADA

Em 2012, existiam em Portugal nove carnes ovinas qualificadas como DOP/IGP. Contudo, apenas as carnes de Borrego do Nordeste Alentejano e de Borrego Serra da Estrela apresentaram produção e comercialização certificada nesse ano. Relativamente ao total da produção nacional⁷, a produção de carnes de ovino DOP/IGP variou entre 2,57% e 0,33% no período em estudo (Figura 2).

Figura 2. Produção da carne ovina certificada



⁷ O total nacional designa o peso limpo de ovinos abatidos e aprovados para consumo em Portugal,

Verificou-se um decréscimo global de 88%, de 2003 a 2012, na produção das carnes de ovino DOP/IGP⁹, enquanto que, para o total nacional de produção dessas carnes, esse decréscimo foi da ordem dos 14%, explicando-se assim a perda de importância das carnes certificadas de ovino, no total nacional.

Conforme exposto no Quadro 2, a quebra na produção de carne é reflexo da diminuição do número de explorações. Verificam-se diversas oscilações com tendência decrescente no número de explorações produtoras de borrego do Nordeste Alentejano e, por outro lado, o aumento do número de explorações produtoras de Borrego Serra da Estrela.

Quadro 2: Número de explorações produtoras de carne ovina certificada

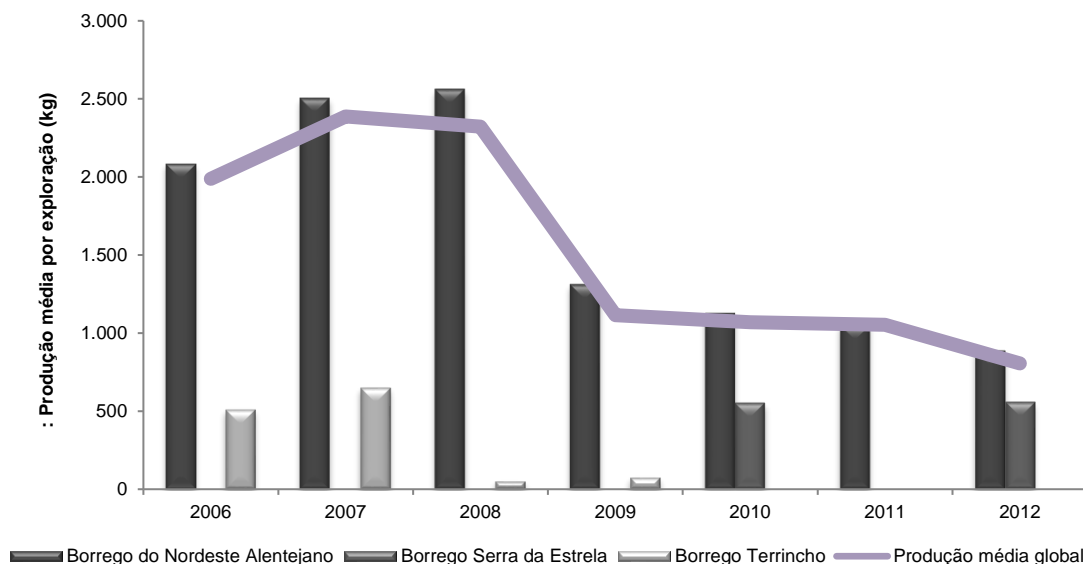
Produto	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Borrego do Nordeste Alentejano	47	61	29	44	45	31	34
Borrego Serra da Estrela	-	-	-	5	5	nd	11
Borrego Terrincho	3	4	3	3	-	-	-
Total de Explorações	50	65	32	52	50	31	45

Notas: nd – não disponível

A análise da produção média por exploração (Figura 3) indica que a dimensão produtiva dessas explorações tem decrescido, apresentando uma redução global de cerca de 60% desde 2006. Por outro lado, a análise da produção média por exploração exibe a enorme disparidade entre os sistemas produtivos, com as explorações alentejanas produzindo uma média anual de 1.645 kg de carne de borrego por propriedade, enquanto os demais produtores apresentam produções médias de apenas 320 kg e 550 kg/ano/exploração.

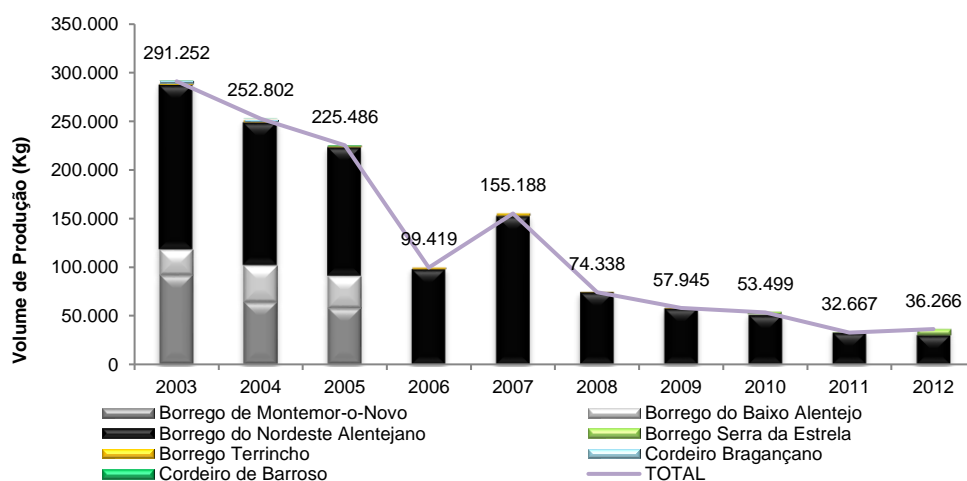
⁹ Os borregos da Beira, de Montemor-o-Novo, do Baixo Alentejo, e os cordeiros Bragançano, de Barroso e Mirandês, não apresentaram produções certificadas no período.

Figura 3: Produção média por exploração da carne certificada.



A Figura 4 apresenta a evolução do volume de produção total das carnes certificadas de ovino¹⁰.

Figura 4: Volume da produção das carnes ovinas certificadas.



¹⁰ Regra geral, a carne de borrego certificada corresponde à carcaça com peso superior a 7 kg (entre 7 e 13 kg, exceto em 2006 e 2007, em que a carne do Borrego do Nordeste Alentejano possuía carcaças com peso superior a 13 kg). Apenas na carne de Borrego Terrincho se abatem reses com peso inferior a 7 kg. As carnes de Borrego da Beira e de Cordeiro ou Canhão Mirandês não obtiveram produção ao longo do período em análise.

Globalmente observam-se fortes oscilações no volume de produção, o qual tem vindo a decrescer devido à redução na produção do Borrego do Nordeste Alentejano, responsável por mais de 85% da produção nacional de carne de ovino certificada, e cujo volume de produção em 2012 foi de apenas 30 toneladas, menos de 1/5 da quantidade produzida em 2003 (167 toneladas).

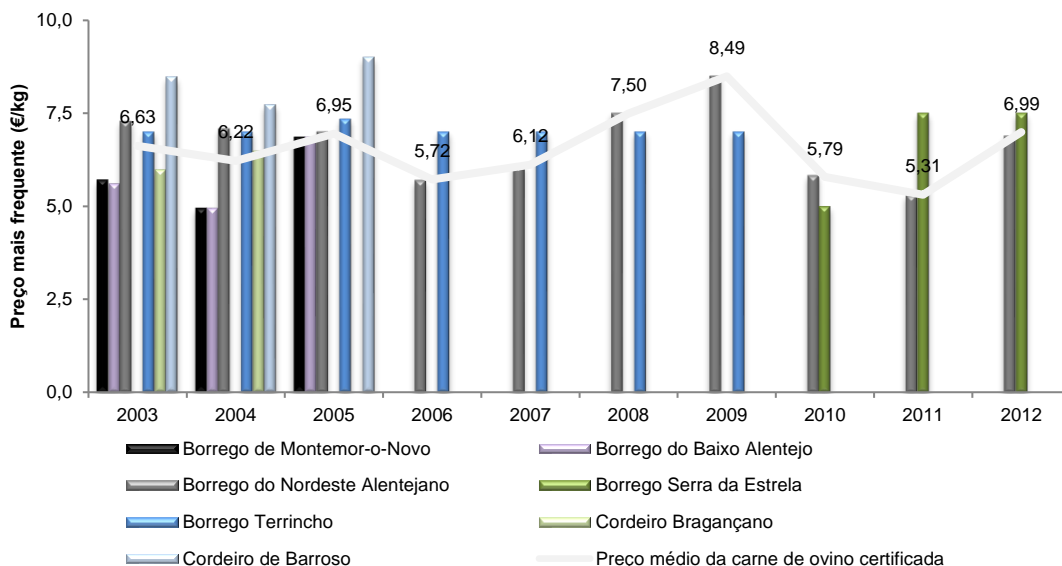
As referidas oscilações devem-se igualmente ao fato de, a partir de 2006, deixar de haver produção de carne certificada de borrego de Montemor-o-Novo e Baixo Alentejo, originando uma quebra de produção superior a 100 toneladas/ano, ou seja, mais de 40% do volume de produção anual.

Como veremos em seguida, essa quebra poderá ser resultado do menor preço do produtor experienciado por essas carnes, e explicada pela opção pelos médios e grandes supermercados como modalidade de escoamento preferencial. O elevado poder negocial desses varejistas esmaga a margem de rentabilidade do produtor. Esse decréscimo foi parcialmente compensado pela entrada no mercado da carne de Borrego Serra da Estrela, em 2010, cuja produção, em 2012, foi de 6 toneladas, representando 17% da carne de ovino DOP/IGP desse ano.

O Cordeiro do Barroso apresentou o maior diferencial, relativamente ao preço médio das carnes certificadas de ovino, com preços ao produtor acima do preço médio da globalidade das carnes qualificadas de ovino, em cerca de 1,80 €/kg.

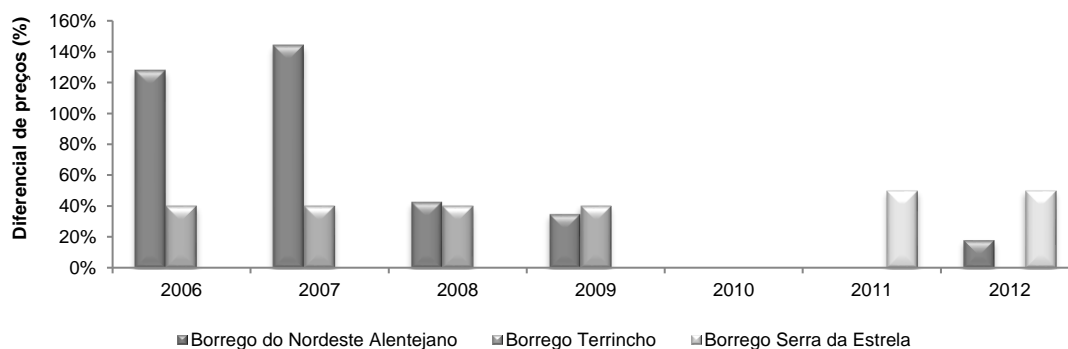
Comparativamente, os borregos de Montemor-o-Novo e Baixo Alentejo obtiveram consistentemente as menores remunerações (Figura 5). Os três produtos abandonaram o mercado DOP/IGP a partir de 2005. O Borrego do Nordeste Alentejano, dada a sua posição de liderança, dita o nível de preço médio.

Figura 5. Preço das carnes certificadas de ovino.



Em média, a discrepância entre o preço do produto certificado e sem certificação é de cerca de 57% (2,3 € por kg em favor do produto certificado), sendo que no ano de 2007, a carne de Borrego do Nordeste Alentejano apresentou diferenciais superiores a 144% (3,60 €). Contudo, tal não se manteria nos anos mais recentes, apontando para uma perda da capacidade dos produtores dessa carne em aproveitar a mais-valia da certificação, por via do acréscimo do preço de mercado (Figura 6).

Figura 6. Diferencial de preços entre as carnes ovinas com e sem certificação.



O forte decréscimo no valor da produção tem origem na queda da produção, já que o preço médio, apesar das fortes oscilações, apresenta um acréscimo global de 5,5% no período.

Segundo os dados do INE (2012), observou-se uma contração no mercado dos pequenos ruminantes,

o número de explorações e os efetivos baixaram, tendo-se constatado um decréscimo de animais candidatos aos prêmios específicos(...)", bem como uma diminuição no consumo, "(...) sobretudo pelo fato das gerações mais novas da população não serem muito apreciadoras das carnes de ovino e caprino, e para além disso, o seu preço, face ao da carne de porco e de aves, numa conjuntura de crise, ser nitidamente desfavorável" (INE, 2012, p. 33).

De fato, os anos de 2010 e 2011 foram particularmente difíceis para a comercialização das carnes de ovino, com quedas no preço da carne DOP/IGP superiores a 30%, recuperando em 2012 para níveis de preço superiores aos praticados em 2003.

A análise feita a partir dos dados da Figura 7 permite observar que o valor da produção das carnes de ovino DOP/IGP¹¹ apresentou uma evolução semelhante às quantidades. Esse valor atingiu o máximo no ano de 2003, aproximadamente 1.930 milhões de euros, tendo decrescido a partir daí globalmente em 86,9%, ou seja, a um ritmo, em valores médios, de 20,2% ano.

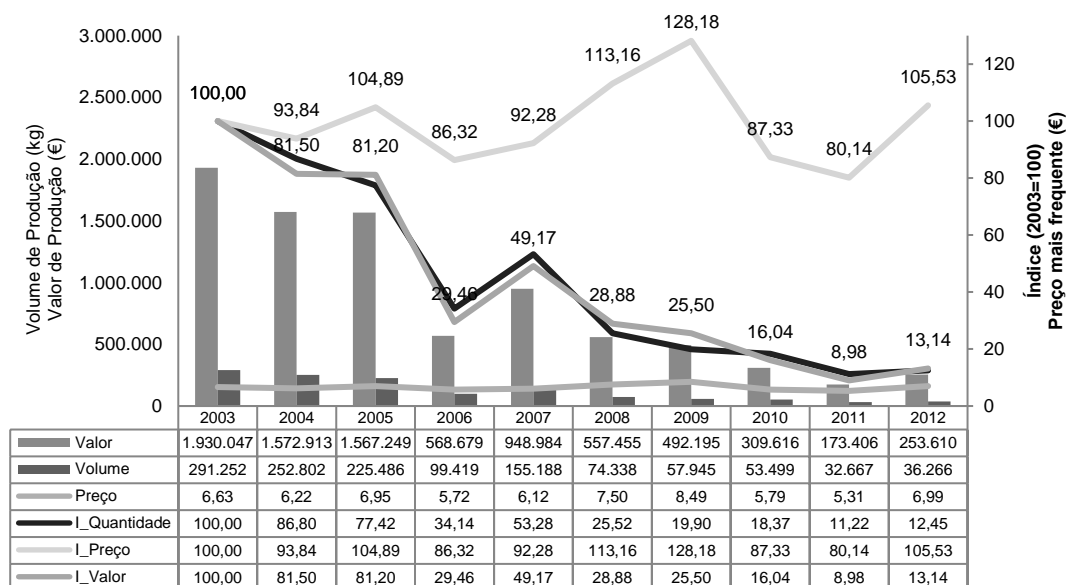
A produção das carnes certificadas de ovino foi inteiramente vendida pelos respetivos agrupamentos de produtores, sendo que, ao longo dos últimos cinco anos analisados, observou-se que a comercialização se alternou entre os mercados locais/regionais e nacional. Assim, em 2008 e 2009, essa carne destinava-se na totalidade ao mercado nacional, e, no biênio seguinte, aos mercados locais/regionais, retomando a aposta no mercado nacional (92%) em 2012.

Quanto às modalidades de escoamento, apesar de existirem algumas oscilações relativas à entrada e saída dos agentes no mercado da carne DOP/IGP, de um modo geral, foram os médios e grandes supermercados o canal

¹¹ Valor estimado, multiplicando as quantidades pelos respectivos preços mais frequentes.

preferencial para colocar o produto à disposição do consumidor final. Esse canal foi responsável, em média, pelo escoamento de mais de 90% do volume de produção da carne certificada de ovino. O comércio tradicional (talhos) apenas assume uma expressão mais relevante em 2012 (12%).

Figura 7. Produção (volume e valor) da carne certificada de ovino.



3.3. PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJOS DE OVELHA QUALIFICADOS

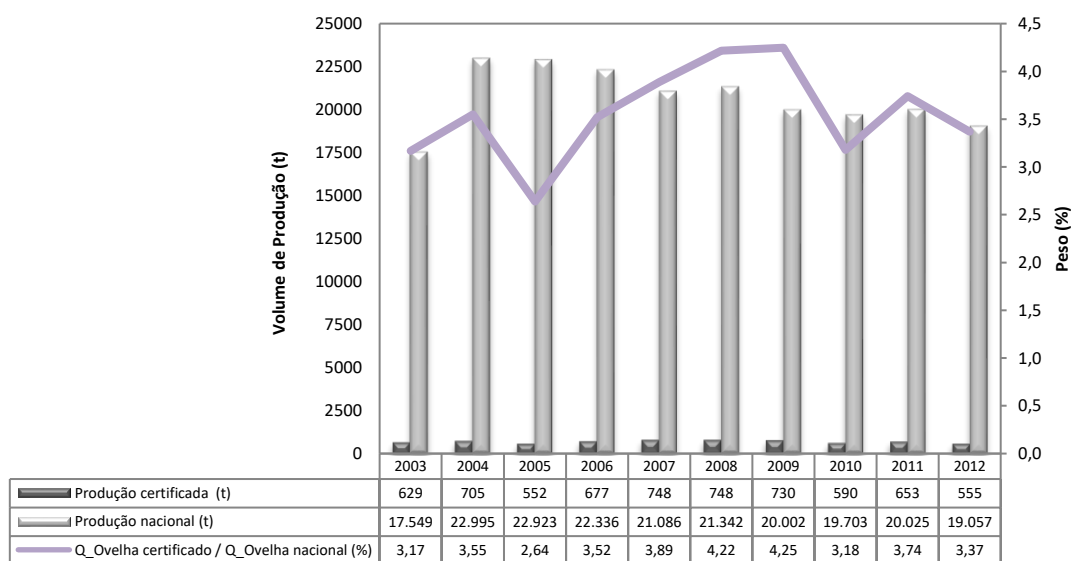
No ano de 2012, existiam 17 queijos qualificados¹² em Portugal, embora seis deles sem produção (GPP, 2014). O volume de produção dos queijos certificados com a DOP alcançou 1.324 toneladas, sendo o Queijo de São Jorge o responsável pela maior produção (58%), seguido pelo Queijo de Azeitão (10%) e depois pelo Queijo Amarelo da Beira Baixa (8%).

¹² Dos 17 queijos qualificados, 14 são queijos DOP/IGP, dois são requeijões Denominação de Origem – DO/DOP e um é travia (GPP, 2008-2014).

Tendo em consideração que o queijo de mistura é fabricado maioritariamente com leite de ovelha e cabra, limitaremos a nossa análise aos queijos de ovelha extremos: Queijo de Azeitão, Queijo de Castelo Branco, Queijo de Nisa, Queijo de Évora, Queijo de Serpa, Queijo da Serra da Estrela, Requeijão da Serra da Estrela e Queijo Terrincho.

Como se pode ver na Figura 8, a partir de 2004, a produção nacional de queijo vem diminuindo, verificando-se um decréscimo global de 4.445 toneladas (27%) ao longo do decênio. A representatividade do queijo de ovelha qualificado no total nacional de queijos era, em média, de 3,55% (significativamente superior à representatividade do queijo de cabra, que é de apenas 0,85%, em média), apresentando ao longo do período, embora de forma não consistente, alguns momentos de crescimento.

Figura 8. Evolução e representatividade do queijo de ovelha certificado.



Essa queda na produção de queijo certificado de ovelha foi reflexo da diminuição do número de explorações abastecedoras de leite, conforme exposto no Quadro 3.

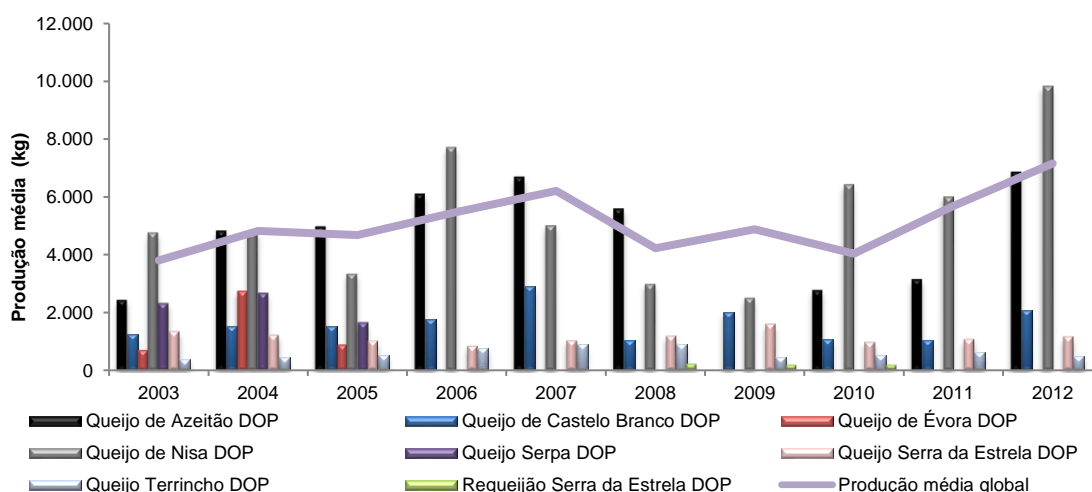
Quadro 3. Número de explorações abastecedoras de leite para produção de queijo de ovelha certificado.

Produtos	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Queijo de Azeitão DOP	38	23	24	25	25	26	nd	52	46	20
Queijo de Castelo Branco DOP	44	31	28	23	14	63	26	51	52	25
Queijo de Évora DOP	37	34	23	nd	nd	nd	nd	nd	nd	-
Queijo de Nisa DOP	27	27	26	18	21	25	33	12	11	7
Queijo Serpa DOP	35	25	30	nd	nd	nd	nd	-	nd	-
Queijo Serra da Estrela DOP	74	77	74	97	96	86	85	88	82	88
Queijo Terrincho DOP	85	85	73	77	72	69	65	45	47	45
Requeijão Serra da Estrela DOP	nd	nd	nd	nd	nd	79	80	78	nd	nd
Total de Explorações	340	302	278	240	228	348	289	326	238	185

Nota: nd – valor não disponível

A análise da produção média por exploração abastecedora de leite (Figura 9) mostrou melhorias significativas, passando das 3,8 toneladas, em 2003, para 6,2 toneladas, em 2012 (um acréscimo de 88%).

Figura 9. Produção média de queijo de ovelha certificado por exploração abastecedora de leite.

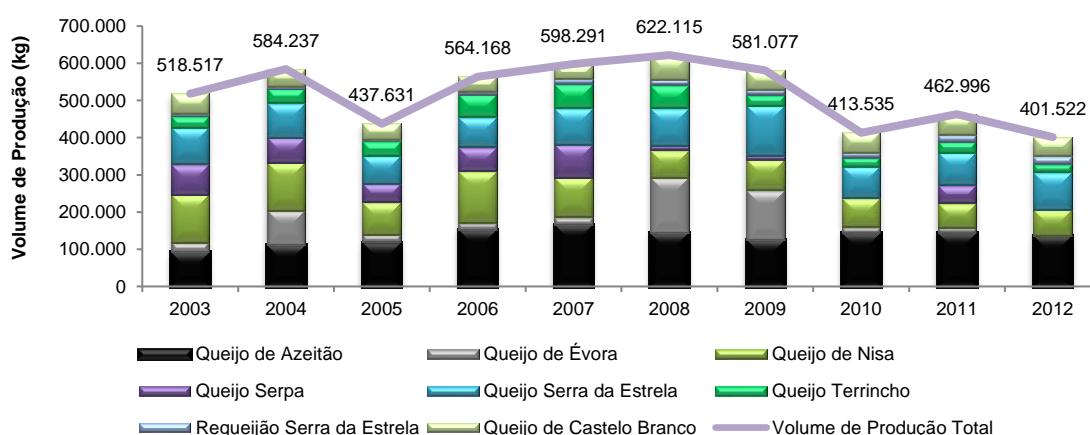


Por outro lado, a análise da produção média por exploração mostra a enorme disparidade entre os sistemas produtivos, com as explorações do nordeste transmontano (Queijo Terrincho) apresentando produções médias

inferiores aos 600 kg/ano, enquanto a produção média global se situava nas 5 ton./ano/exploração.

A Figura 10 apresenta a evolução do volume de produção de queijo de ovelha certificado, no período de 2003 a 2012.

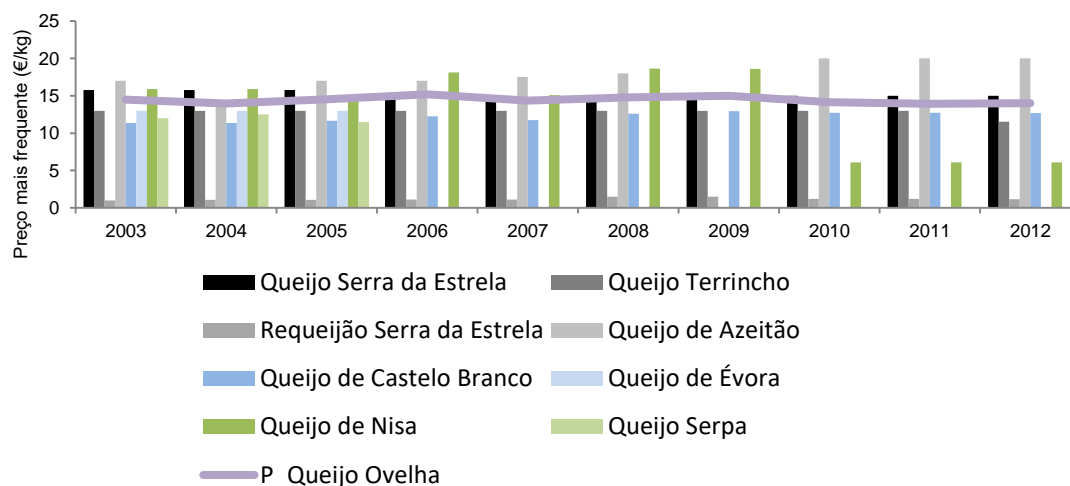
Figura 10. Volume de produção do queijo de ovelha certificado.



Observaram-se algumas oscilações no volume de produção global motivadas por oscilações nos volumes de produção de alguns queijos, nomeadamente no Queijo de Évora e de Serpa. Gradualmente, o Queijo de Azeitão vem ganhando importância no mercado dos queijos de ovelha, sendo, em 2003, responsável por 18% da produção e, em 2012, responsável por 35%. Igual evolução demonstraram os produtos da Serra da Estrela (queijo e requeijão), os quais foram responsáveis por 30% do mercado. Contrariamente, o Queijo de Nisa, líder de mercado em 2003 (25%), assumiu a terceira posição (17%), com um decréscimo do volume de produção de 47% em relação a 2003 e apenas metade da quantidade produzida pelo queijo líder de mercado.

Em termos globais, verificou-se que o preço médio do queijo de ovelha tem se mantido estável ao longo do período em análise (Figura 11).

Figura 11. Preço dos queijos de ovelha certificados.

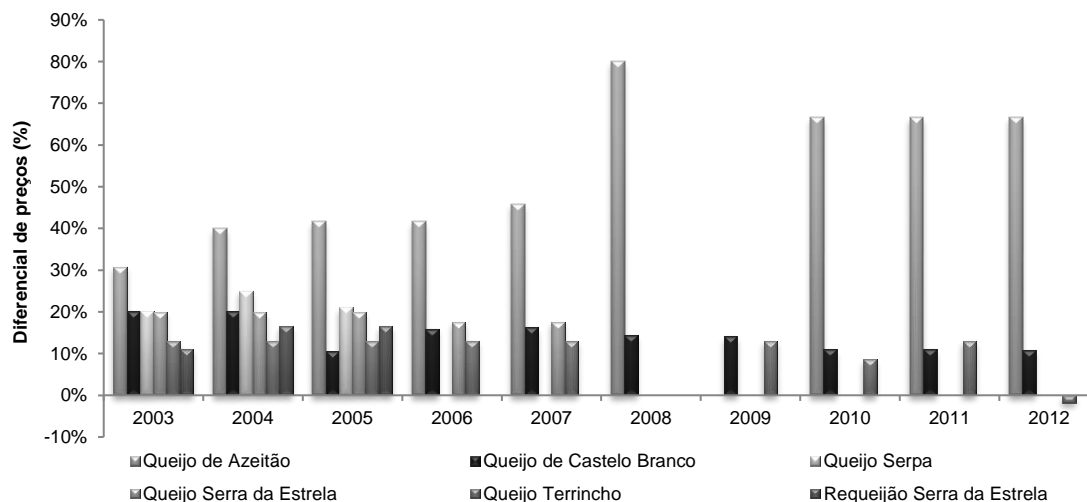


O Queijo de Azeitão destacou-se por ter experimentado a evolução mais favorável do preço (acréscimo de 18% no período). Contrariando essa tendência, o Queijo de Nisa sofreu um decréscimo global de 62% no preço, designadamente, com a alteração do preço médio no período de 2003 a 2009, de 17 €/kg para 6,1 €/kg, no período de 2010 a 2012. O Queijo Terrincho veio igualmente a perder valor, com um decréscimo global no preço de 11%.

Além disso, o Queijo Terrincho destacou-se por apresentar o menor diferencial entre os preços do queijo certificado e dos produtos similares (11%, em média). Diferencial esse que, em 2012, atingiu valores negativos (preço do produto certificado cerca de 0,21 €/kg abaixo do produto similar) (Figura 12).

Tal fato reflete a incapacidade dos produtores desse queijo em explorar o potencial da certificação, enquanto fator diferenciador para o consumidor. Na sua origem está, entre outros fatores, a idade avançada dos produtores, a reduzida dimensão econômica das explorações e a falta de cultura empresarial desses produtores (MATOS, 2015). Além disso, a reputação do atributo “qualidade”, estreitamente associado aos modos de produção e manejo na agropecuária e aos modos de fabrico artesanal da região de Trás-os-Montes, dificulta a diferenciação, por parte dos consumidores, da certificação DOP/IGP, face aos produtos tradicionais regionais (CABO *et al.*, 2015).

Figura 12. Diferencial de preços entre os queijos de ovelha com e sem certificação.



Aponta-se, assim, para a necessidade de investir em estratégias de comunicação em marketing, de forma a potencializar o reconhecimento do valor acrescentado subjacente à certificação DOP/IGP, por parte dos consumidores de Queijo Terrincho.

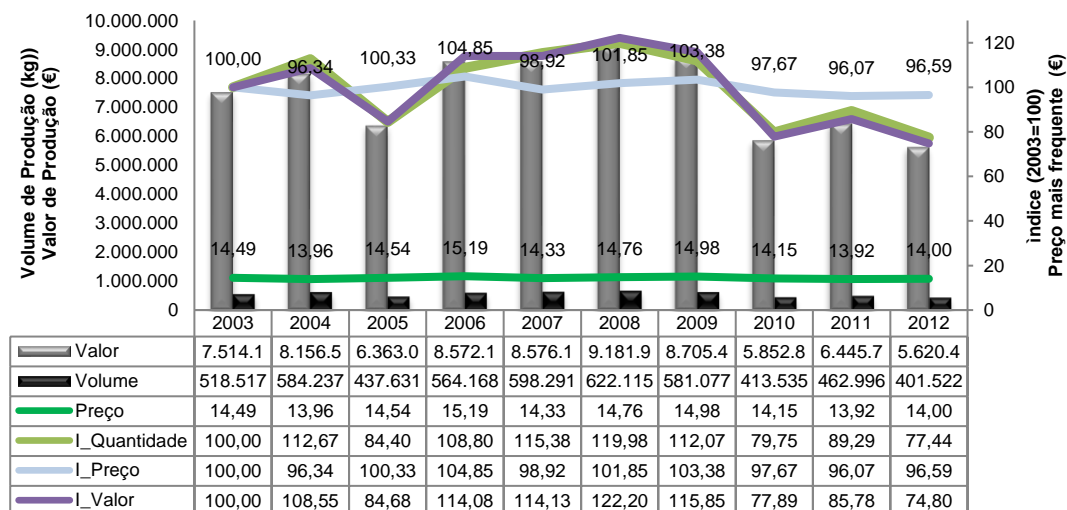
Observa-se que, em média, a discrepância entre o preço do produto certificado e sem certificação foi cerca de 23% (2,60 €/kg em favor do produto certificado). O Queijo de Azeitão apresentou o maior diferencial entre o produto certificado e o produto similar (entre 31 e 80%, ou seja, 4 a 8 €/kg em favor do produto certificado), sendo assim, o queijo que melhor conseguiu aproveitar a mais-valia da certificação em termos de valorização do preço ao produtor (Figura 12).

O valor da produção do queijo de ovelha DOP/IGP¹³ apresentou evolução semelhante às quantidades produzidas (Figura 13). O valor da produção atingiu o máximo no ano de 2008 (aproximadamente 9.182 milhões de euros) e o mínimo em 2012 (5.620 milhões de euros). Globalmente, o valor da produção

¹³ Valor estimado, multiplicando as quantidades pelos respectivos preços mais frequentes.

diminuiu aproximadamente 25%, fruto do decréscimo do volume de produção (23%), reforçado pela diminuição do preço médio em 3%¹⁴.

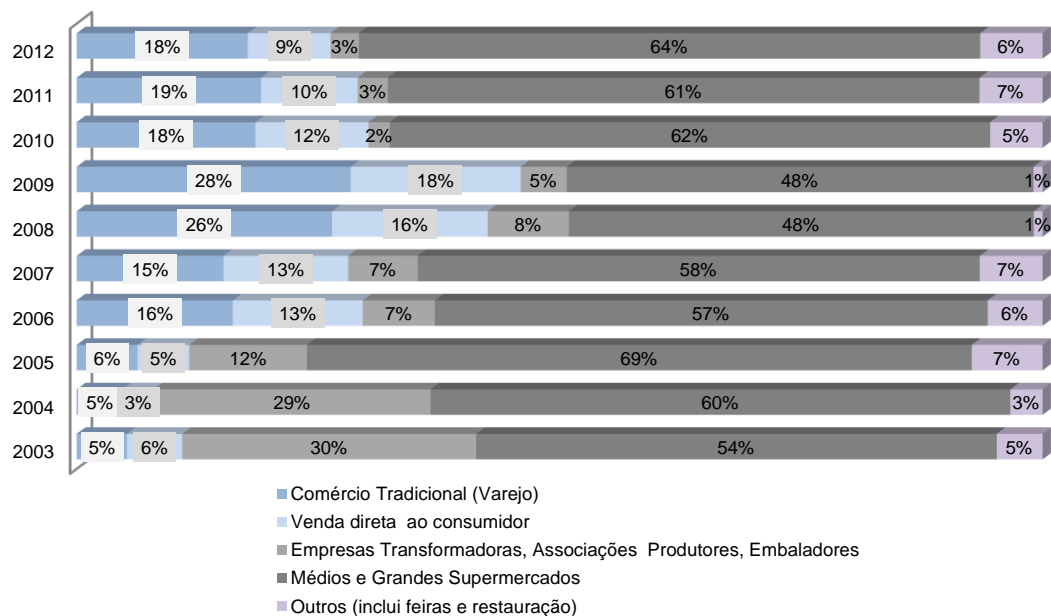
Figura 13. Produção (volume e valor) do queijo de ovelha certificado.



Como pode-se ver na Figura 14, os médios e grandes supermercados foram, inegavelmente, o canal de comercialização mais utilizado para escoar o queijo certificado de ovelha, tendo sido vendida aproximadamente 58% da produção através desses varejistas. Esse canal foi, em 2012, responsável pelo escoamento de 64% da produção. O comércio tradicional e a venda direta ao consumidor igualmente vieram a ganhar importância, tendo atingido uma quota de 45% em 2009, apresentando nos últimos anos uma média de 28%. Esse ganho de importância foi feito em detrimento das empresas de transformação, associações e embaladores, as quais inicialmente eram responsáveis por colocar à disposição do consumidor final 30% da produção de queijo de ovelha certificado, contra o valor irrisório de 3% ostentado em 2012.

¹⁴ Nos anos em que não foi possível conhecer os preços dos queijos ("não resposta" na fonte), foi utilizado o preço do último ano conhecido. Tal aconteceu com os queijos de Évora e Serpa, nos anos posteriores a 2005, e com o queijo de Azeitão, em 2009.

Figura 14: Modalidades de escoamento do queijo certificado de ovelha.



De 2007 a 2012, os queijos de ovelha DOP/IGP foram predominantemente comercializados pelos próprios produtores, sendo aproximadamente 69% da produção escoada dessa forma. Destaca-se que, em valores médios, 27% da produção era comercializada através de outra entidade, e apenas 4% era escoada através dos agrupamentos.

Quanto aos mercados de destino, verificou-se que o mercado nacional era o mercado prioritário para distribuir os queijos de ovelha certificados. Os mercados locais e regionais perderam importância, e entre 2010 e 2012 apenas cerca de 7% da produção se destinava a esses mercados, enquanto no período 2008 a 2009, em média, mais de 40% da produção seguia para os mercados locais e/ou regionais. Por outro lado, o mercado externo, com predominância para o mercado extracomunitário, veio a ganhar terreno, sendo, em 2012, responsável pelo escoamento de 12% da produção nacional de queijo de ovelha certificado.

4. CONCLUSÕES

O presente estudo expõe os constrangimentos do segmento dos certificados de ovino. Apesar do elevado potencial, a sua implementação no mercado é deficiente. O decréscimo do volume de produção, aliado à instabilidade dos mercados e dos intervenientes e à reduzida dimensão econômica dos “resilientes”, faz recear pelo futuro do segmento e, com ele, pelo futuro da região.

Portugal dispõe de uma elevada diversidade de produtos DOP/IGP, fruto das singularidades das várias regiões do país, tradições geoculturais e atividades agropastoris. Cada um desses produtos está integrado em sistemas de produção e comercialização subjacentes às particulares condições agroambientais e socioeconômicas referidas.

O segmento de mercado de produtos DOP/IGP de origem ovina é o espelho dessas realidades. Os borregos e queijos de ovelha certificados, produzidos no interior norte do país, econômica e demograficamente deprimido, são incapazes de se impor no mercado nacional, em consequência da reduzida dimensão econômica dos produtores e das condições sociodemográficas dessas regiões.

Contrariamente, os criadores de ovinos com maior dimensão econômica, reflexo das condições agropastoris e/ou socioeconômicas das regiões onde estão inseridos, têm as maiores produções médias. Esses produtos conseguem igualmente as melhores performances no acesso aos mercados (nacional e externo) e no aproveitamento da mais-valia da certificação em termos de preço ao produtor.

Esses resultados demonstram a importância do associativismo no desenvolvimento da atividade, em especial nas regiões menos desenvolvidas do Interior Norte Português, sendo crucial, não só na aposta em estratégias de comunicação em marketing, de forma a potenciar o reconhecimento, por parte dos consumidores, do valor acrescentado da qualificação dos produtos, mas também no aumento do poder negocial dos criadores e produtores, em especial

junto dos grandes varejistas, de forma a colmatar as debilidades intrínsecas da fileira.

5. AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi financiado por: Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, na sua componente FEDER, através do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE 2020) [Projeto nº 006971 (UID/SOC/04011)]; e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013.

6. REFERÊNCIAS

- CABO, P.; RIBEIRO, M.; FERNANDES, A.; MATOS, A. **Hábitos e Preferências dos Consumidores de Produtos Tradicionais Regionais Certificados: O caso de Trás-os-Montes**. Atas da XXV Jornadas Hispanolusas de Gestión Científica: Tendiendo Puentes entre la Investigación y la Transferencia de Conocimiento, Ourense, Espanha, 2015.
- CHEVER, T., RENAULT, C., RENAULT, S. E ROMIEU, V. **Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)**. European Commission and AND - International, 2012.
- COMISSÃO EUROPEIA. **EU agricultural product quality policy**. European Commission, Agriculture and Rural Development, 2016. Disponível em: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_en.htm.
- DGADR (2014) Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural. **Evolução dos Produtos Tradicionais Qualificados (Produção, Valor da Produção, Índices de Quantidades, Preços e Valores) 2002 a 2009**. 2014. Disponível em: http://ptqc.drapc.min-agricultura.pt/documentos/evolucao_prod_trad_2002_2009.pdf.

- DRAP CENTRO (2015). **Direção Regional de Agricultura e Pescas do Centro. Produtos Tradicionais de Qualidade na Região Centro**, 2015. Disponível em: ptqc.drapc.min-agricultura.pt/documentos/apresentação.htm.
- FAOSTAT (2015). **Food and Agriculture Organization of the United Nations Statistics Division**, 2015. Disponível em: <http://faostat3.fao.org/home/E>.
- GOMES, R., BRANCO, L E SÁ, J. **Novos produtos de valor acrescentado**. SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação, Consultoria Empresarial e Fomento da Inovação, 2005.
- GPP. **Carne – Diagnóstico Setorial**. MADRP, Lisboa, 2007.
- GPP. **Inquérito aos Agrupamentos Gestores de Produtos com Nomes Protegidos DOP/IGP/ETG**. MAMAOT/MAM, Lisboa, 2008 a 2014.
- GPP. **Anuário Agrícola. Informação de Mercados**. MAM, Lisboa, 2014a.
- GPP. **Programa de Desenvolvimento Rural do Continente para 2014-2020**. Anexo: Avaliação do Estatuto de Risco de Extinção das Raças Autóctones Portuguesas. MAM. Lisboa, 2014b.
- GPP. **Inquérito aos Agrupamentos Gestores de Produtos com Nomes Protegidos DOP/IGP/ETG**, 2013, 2016.
- IDRHA. **Produtos Tradicionais com Nomes Protegidos: Apresentação e Análise de Dados sobre Produção, Preços e Comercialização**. MADRP, Lisboa, 2005 a 2007.
- INE. **Estatísticas Agrícolas (2003-2014)**. Lisboa, 2004 a 2015.
- LONDON ECONOMICS. **Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI)**. London Economics, ADAS and Ecologic, 2008.
- MATOS, A. **Fileira do Leite e do Queijo da Raça ‘Serrana’: Estudo de Caso**. Livro de Atas. CAPRA 2015. Reunião Nacional de Caprinicultura e Ovinicultura. Centro Cultural Municipal de Mirandela. Mirandela, 2015.
- RENTE, J. **Plano de Negócios Monsaluz, Sociedade Agrícola Ltda**. Dissertação de Mestrado, Universidade de Évora. Évora, 2014.

- RIBEIRO, A. **Valorização do Cabrito da Gralheira IGP: estudo exploratório junto dos consumidores.** Dissertação de Mestrado, Universidade Aberta, 2011.
- SOEIRO, A. **Proteger as Nossas Denominações de Origem e as Nossas Indicações Geográficas: Proteger o Património e Proteger o Futuro.** Revista Marcas e Patentes – A Revista da Propriedade Industrial, n. 4, 2006.
- SPOC. SOCIEDADE PORTUGUESA DE OVINOTECNIA E CAPRINOTECNIA **Recursos Genéticos,** 2015. Disponível em: http://www.ovinosecaprinos.com/recursos_f.html.
- TIBÉRIO, L. E CRISTÓVÃO, A. **Produtos tradicionais e desenvolvimento local: o caso da designação protegida Queijo Terrincho DOP.** 1º Congresso de Estudos Rurais: Território, Sociedade e Política, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 2001.
- TIBÉRIO, L., CRISTÓVÃO, A. E ABREU, S. **Microproduções agrícolas e desenvolvimento sustentável em regiões periféricas.** Revista Portuguesa de Estudos Regionais, Nº 17, 2008.
- VALES, D. **Contributo para a valorização e proteção dos produtos tradicionais açorianos.** Dissertação de Mestrado, Universidade dos Açores, 2014.

Enviado em: 11 nov. 2016

Aceito em: 27 out. 2017

Editora responsável: Michele Rosset