

Evolução da produção e comercialização dos produtos tradicionais qualificados de origem caprina: 2003-2012

^{1,2}PAULA CABO; ¹ALDA MATOS; ^{1,3}ANTÓNIO FERNANDES; ^{1,3}MARIA ISABEL RIBEIRO

¹ Escola Superior Agrária Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

² Centro de Investigação de Montanha

³ Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento

paulacabo@ipb.pt

1. INTRODUÇÃO

Os pequenos ruminantes assumem atualmente um papel fundamental na sustentabilidade das economias das regiões rurais mais deprimidas, não só como uma alternativa económica viável para a população rural, dada a escassez de atividades alternativas à agropecuária, mas também pelo seu contributo no combate à desertificação do interior do país. A caprinicultura baseada no pastoreio faculta aos animais uma alimentação diversificada, contribuindo para a obtenção de produtos tradicionais de elevada qualidade, nomeadamente, produtos com nomes protegidos, apontados pela União Europeia como uma aposta estratégica para o desenvolvimento do espaço rural.

2. OBJETIVOS

Este estudo visa promover a criação de caprinos através do desenvolvimento e valorização de produtos tradicionais de reconhecida qualidade, provenientes de raças autóctones. Para tal, analisa a produção e comercialização de produtos qualificados como Denominação de Origem Protegida – DOP e Indicação Geográfica Protegida – IGP, obtidos a partir da cabra (carne e queijo).

3. METODOLOGIA

Metodologicamente, recorreu-se a dados secundários publicados pelo Gabinete de Planeamento e Políticas^{1,2}. O estudo abarca o período de 2003 a 2012, e engloba uma análise temporal da evolução de indicadores relativos à produção e comercialização dos queijos e carnes de caprino certificados, individual e globalmente, incluindo a comparação com produtos similares (sem certificação).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em 2013 existiam aproximadamente 975 milhões de caprinos no mundo, um acréscimo de 19,5%, desde 2003. Contrariamente, o efetivo português decresceu mais de 10% no mesmo período e, em 2013, era apenas de 398 mil cabeças, das quais, 11% era composto por animais de raças autóctones.

Em 2012 existiam em Portugal 6 carnes de caprino certificadas (Tabela 1), contudo, somente o Cabrito Transmontano apresentava produção (Gráfico 1), e dos 5 queijos fabricados com leite de cabra, apenas um era puro: o Queijo de Cabra Transmontano.

Tabela 1: Produtos DOP/IGP de origem caprina segundo a sua proveniência

Produto DOP/IGP	Certificação DOP/IGP	Proveniência (raça autóctone)
Carne de Caprino		
Cabrito da Beira (IGP)	1994	Cabritos das raças Charnqueira e Serrana e seus cruzamentos
Cabrito do Alentejo (IGP)	2012	Cabritos da raça Serpentina e seus cruzamentos
Cabrito Transmontano (DOP)	1994	Exclusivamente cabritos da raça Serrana
Cabrito das Terras Altas do Minho (IGP)	1994	Cabritos das raças Serrana e Bravia e seus cruzamentos
Queijo de Cabra		
Queijo de Cabra Transmontano (DOP)	1994	Leite de cabra da raça Serrana
Queijo Amarelo da Beira Baixa (DOP)	1994	Leite de ovelha cruzada de Merinos regionais e de cabra Charnqueira ou sd de ovelha
Queijo Picante da Beira Baixa (DOP)	1994	Leite de ovelha com base nas raças Merino, Bordalera e Salica e de cabra com base na raça Serpentina
Queijo Misto de Tolosa (IGP)	1998	Leite de ovelha com base na raça Serpentina
Queijo de Rabaçal (DOP)	1996	Leite de ovelha e cabra

O peso do segmento DOP/IGP das carnes e queijos de cabra é reduzido e com tendência decrescente. De facto, o volume de carne DOP/IGP sofreu uma perda de 75% (2003-2012) face à quebra da produção nacional de 3%. O mesmo se verificou no queijo de cabra cujo peso passou de 1,2% para 0,7%, devido essencialmente ao acréscimo extraordinário da produção nacional em 65%.

PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE CARNE DE OVELHA CERTIFICADA

Globalmente o volume de produção da carne certificada de cabrito decresceu, embora não de forma continuada. Esta instabilidade foi motivada pela entrada e saída no mercado de várias carnes, particularmente, a saída do Cabrito do Barroso e entrada do Cabrito do Alentejo.



Gráfico 1: Evolução do volume de produção das carnes certificadas de caprino (2003-2012)

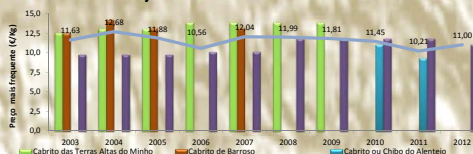


Gráfico 2: Evolução do preço das carnes certificadas de caprino (2003-2012)

explorar as vantagens da certificação em termos de preço, traduzida pelo maior diferencial entre o preço do produto com e sem certificação (entre 12%-38%).

O valor total da produção carnea de caprino DOP/IGP sofreu um decréscimo acentuado (76%) ao longo do período em análise (taxa anual média de 14,5%) (Gráfico 3). Na sua origem está essencialmente uma forte quebra do volume de produção (74%), tendo as alterações no preço sido residuais (cerca de 5%).

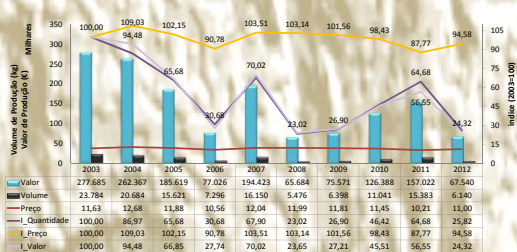


Gráfico 3: Evolução da produção da carne certificada de caprino (2003-2012)

REFERÊNCIAS

- ¹ GPP (2008 a 2014). Gabinete de Planeamento e Políticas. *Inquérito aos Agrupamentos Gestores de Produtos com Nomes Protegidos DOP/IGP/ETG*. MAMAOT/MAM, Lisboa.
- ² IDRHa (2005 a 2007). Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica. *Produtos Tradicionais com Nomes Protegidos: Apresentação e Análise de Dados sobre Produção, Preços e Comercialização*. MADRP, Lisboa.

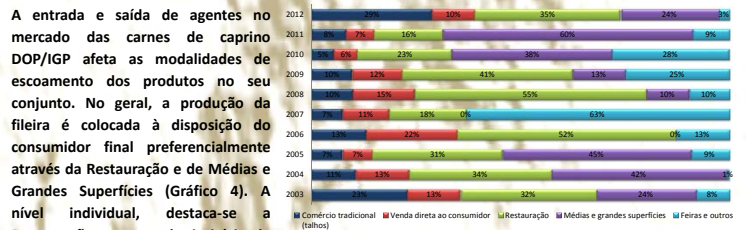


Gráfico 4: Modalidades de escoamento da carne certificada de caprino (2003-2012)

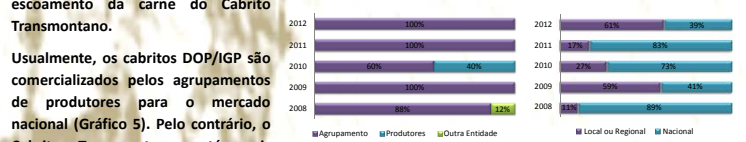


Gráfico 5: Comercialização e mercados de destino da carne de caprino (2008-2012)

PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJO DE CABRA CERTIFICADO

A análise da produção do queijo de cabra certificado restringe-se ao Queijo de Cabra Transmontano. Apesar deste contribuir apenas com 1% para a produção total de queijos certificados, é o único que é produzido unicamente com leite puro de cabra.

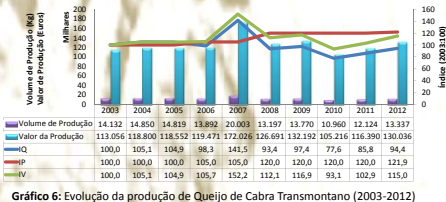


Gráfico 6: Evolução da produção de Queijo de Cabra Transmontano (2003-2012)

O valor global da produção de Queijo de Cabra Transmontano aumentou 15% ao longo da década em estudo (Gráfico 6). Este acréscimo deve-se a um aumento global do preço, de 22%, o qual foi parcialmente anulado, pela quebra do volume de produção de 5,5%.

A análise comparativa do preço do Queijo de Cabra Transmontano mostra que, até 2007, este era superior ao do queijo não certificado em 2€/kg (Gráfico 7). Esta diferença tornou-se menos significativa a partir de 2008, altura em que o preço de ambos aumentou. Contudo, esse aumento foi mais significativo dos queijos não certificados. O preço médio do setor dos queijos certificados decresceu em cerca de 8,8%, tornando-se menos atrativa a opção pelo processo de qualificação do produto, ou seja, a certificação nem sempre se reflete num acréscimo de preço ao produtor.

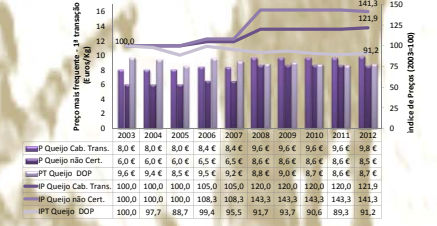


Gráfico 7: Evolução do preço mais frequente dos queijos de cabra (2003-2012)

De um modo geral, são as empresas transformadoras, as associações de produtores e o comércio tradicional, os canais responsáveis por escoar o Queijo de Cabra Transmontano (Gráfico 8).

Quanto aos mercados de destino este queijo reparte-se entre os mercados locais/regionais e o mercado nacional, em oposição à maioria dos queijos certificados, para a qual o mercado de eleição é o nacional (80%). Este queijo é unicamente vendido pelo respetivo agrupamento de produtores. Já a maioria dos restantes queijos qualificados são comercializados pelos próprios produtores ou por outra entidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A qualidade associada à origem, aos produtos naturais, ao pastoreio e ao modo artesanal de fabrico são poderosos fatores para elaborar estratégias de marketing para segmentos de consumidores específicos. O aproveitamento destas oportunidades poderá eventualmente contribuir para o desenvolvimento de novos produtos e proporcionar maior rendimento aos produtores, fixando as populações, através da diversificação da oferta no meio rural. Este estudo expõe os constrangimentos do segmento das carnes e queijos de cabra DOP/IGP. Apesar do seu elevado potencial, de que é reflexo o elevado número de Nomes Protegidos a ele associados, a sua implementação no mercado é deficiente. O decréscimo do volume de produção, aliado à instabilidade a nível dos intervenientes e à reduzida dimensão económica dos resilientes, mormente, Cabrito e Queijo de Cabra Transmontanos, faz recetar pelo seu futuro, e, com ele, pelo futuro do mundo rural. Num país onde as assimetrias demográficas e socioeconómicas entre o espaço urbano/rural, litoral/interior se agudizam progressiva e reciprocamente, não é apenas o futuro do interior desertificado que está em causa. O futuro passa pela promoção do segmento, particularmente, através de políticas que fomentem o associativismo, a formação dos agentes do segmento nas áreas de marketing e empreendedorismo, bem como, o reconhecimento das mais-valias da certificação a nível dos produtores/criadores e consumidores.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é 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.