

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/337154932>

Livro de Actas

Conference Paper · October 2019

CITATIONS

0

READS

10

4 authors:



Paula Cabo

Instituto Politécnico de Bragança

31 PUBLICATIONS 36 CITATIONS

SEE PROFILE



Sandra Rodrigues

Instituto Politécnico de Bragança

128 PUBLICATIONS 797 CITATIONS

SEE PROFILE



Alfredo Jorge Costa Teixeira

Instituto Politécnico de Bragança

413 PUBLICATIONS 1,381 CITATIONS

SEE PROFILE



Marina Castro

Instituto Politécnico de Bragança

59 PUBLICATIONS 121 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Produção de novos Produtos com carne de ovinos e caprinos e incorporação de carne suína Bísaro [View project](#)



Percorra milhões de anos geológicos nos 12878 hectares do Sítio de Morais [View project](#)

Congreso Iberoamericano
de Marcas de Calidad de Carne
y de Productos Cárnicos



24 y 25 de Octubre de 2019
Instituto Politécnico de Bragança
Portugal

Livro de Actas

**I Congresso Ibero-Americano
de Marcas de Qualidade de Carne
e de Produtos Cárneos**
Livro de Actas

Coordinación
Alfredo Teixeira y Carlos Sañudo

2019



Congresso Iberoamericano de Marcas de Calidad
de Carne y de Productos Cárnicos

24 y 25 de Octubre de 2019
Instituto Politécnico de Bragança
Portugal

-
- Título:** Livro de Actas do I Congresso Ibero-Americano de
Marcas de Qualidade de Carne e de Produtos Cárneos
- Coordenação:** Alfredo Teixeira
- Edição:** RED MARCARNE
www.marcarne.org
- Design:** Atilano Suarez
- Paginação:** Luís Ribeiro
Serviços de Imagem do Instituto Politécnico de Bragança
- Foto de capa:** Armando Ascorve Morales – Unsplash
- Fotos separadoras:** Alfredo Teixeira
Andreas Lischka – Pixabay
Jez Timms – Unsplash
Pexels – Pixabay
Salah Ait Mokhtar – Pixabay
Viktor Hanacek – picjumbo.com
- ISBN:** 978-989-54435-0-5
- Disponível em:** www.marcarne.org

Organização



Apoios



Produtos carneos de Ovinos em Portugal: mercados, preços e tendências de consumo

CABO, P.¹; RODRIGUES, S.¹; TEIXEIRA, A.¹ e CASTRO, M.¹

¹Centro de Investigação de Montanha (CIMO), ESA, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

Resumo

O presente estudo realizou-se no âmbito do projeto Open2Preserve e visa contribuir para produção sustentável de ovinos, como instrumento para a sustentabilidade dos espaços abertos de montanha de elevado valor ambiental. O mercado nacional de carne de ovinos mostra sinais de recuperação, no pós-crise 2009-2014. Todavia as debilidades ao nível da organização da produção refletem-se numa maior dificuldade em responder às necessidades da procura e deixam este elo da cadeia de valor vulnerável ao poder negocial dos elos a jusante. Ademais, a venda de animais vivos impede a retenção do valor acrescentado da transformação na região/país de produção. Evidencia-se a necessidade de estimular o consumo de carne de ovino, adequando a comercialização à demografia e preferências do consumidor atual.

Palavras chave: **Ovinocultura, diferenciação, produtos cárneos, Portugal.**

Introdução

A carne é um alimento fulcral na dieta humana, cujo padrão de consumo depende de vários fatores. A literatura sugere que as perceções, crenças e valores do consumidor são cruciais para a sua aceitabilidade. O consumidor atual exhibe preocupação crescente sobre questões ambientais, origem, sistemas de produção e bem-estar dos animais de produção e, ainda, com as qualidades nutricionais e nutracêuticas da carne (Ramos, 2008). A indústria da carne enfrenta uma oposição crescente, sobretudo pela associação do consumo a riscos para a saúde humana, desconfiança quanto à segurança e qualidade alimentares, e maior consciência sobre a ingestão de alimentos de origem animal em favor de modos de produção sustentáveis. O consumidor atual não deseja só alimentos saborosos e acessíveis; procura e está disposto a pagar, qualidade, saúde, baixo impacto ambiental, modo de produção biológico, proximidade, conveniência e bem-estar animal. A carne de ovino produzida em sistemas baseados em gramíneas versus em concentrado, é mais saudável, logo a produção em regime de pastoreio extensivo resulta em eventuais vantagens sinérgicas no desenvolvimento de estratégias de marketing, ao contribuir para uma dieta equilibrada e mais saudável e ser percebido como uma carne produzida por um sistema de produção amigo do ambiente. O estudo realizou-se no âmbito do projeto Open2Preserve e visa contribuir para a produção sustentável de ovinos, com ênfase no seu papel como ferramenta para a sustentabilidade dos espaços abertos de montanha de elevado valor ambiental. Para tal, analisa-se a fileira da produção cárnea de ovinos, retratando-o ao nível da organização da produção, mercados, preços e consumo.

Material e métodos

Adotou-se uma metodologia de investigação quantitativa, descritiva e longitudinal (2008-2017), tendo por base fontes documentais múltiplas, com destaque para a informação relativa aos mercados agrícolas e comércio externo, publicada pelo *Gabinete de Planeamento e Políticas e Administração Geral – GPP* e estatísticas agrícolas do *Instituto Nacional de Estatística – INE*, complementada com informação obtida junto de agentes da fileira.

Resultados e discussão

Em 2017, o valor da produção conjunta de carne de ovino e caprino, a preços correntes de 2011, perfazia 123,9 milhões de euros (INE, 2019). No período em análise, 2008-2017, embora com oscilações anuais significativas, o setor apresenta uma tendência global de crescimento global (9,8%), contribuindo, em média, com 6,5% da produção cárnea anual. Relativamente à produção de carnes de ovino, no mesmo período, a produção anual média era de 192,5 mil toneladas (valorada em 81,5 milhões de euros, no produtor), fazendo-se sentir uma tendência global de decréscimo do volume de produção.

As *Organizações de Produtores - OP*, enquanto estrutura horizontal de concentração da produção, assumem um papel fundamental na cadeia de comercialização, facilitando a regularidade e qualidade do abastecimento e a adaptação da oferta às tendências e exigências do mercado (GPP, 2016). A sua importância é espelhada nos efeitos da falta de concentração da produção ao nível do poder negocial dos produtores, uma vez que a produção pulverizada deixa os produtores de ovinos muito vulneráveis aos intermediários, que “*aplicam os preços que muito bem entendem e alguns nem pagam o produto que negociaram com os nossos criadores de ovinos*” (Dias, 2016). No presente, apenas estão reconhecidas 5 OP no subsector da carne de ovino, 4 das quais localizadas no Alentejo e a outra em *Lisboa e Vale do Tejo – LVT* (IFAP, 2019). A análise longitudinal mostra que, em 2014, existiam 11 OP reconhecidas a comercializar carne de ovino, distribuídas pelas regiões do Alentejo (8), Centro (3), Norte (1) e LVT (1), ocorrendo a revogação de 3 OP, no ano seguinte (GPP, 2015, 2016). Em 2015, o grau de concentração da produção de carne de ovino nas OP era de 14,6%, face ao patamar de 10,3% que representa o valor médio nacional. Nesse ano, o valor da produção nacional de carne de ovino, a preços correntes, era 131,507M€, sendo o *Valor da Produção Comercializada – VPC*, nas OP de 19,2 milhões de euros, ou seja, uma média de 2,4 milhões de euros por OP. Uma análise temporal mais alargada mostra que, globalmente, entre 2011 e 2015, o VPC nas OP cresceu expressivamente, embora com oscilações significativas.

A análise dos preços mostra que os borregos mais jovens são os mais valorizados pelo mercado. A evolução do preço da carne de ovino, na produção, evidência a instabilidade sentida na generalidade das carnes transacionadas (Figura 1). No geral, o mercado ressentiu-se com a crise, particularmente nos anos iniciais, com os borregos com peso superior a 28kg a serem mais penalizados em termos de preço. Quando comparado o preço de 2008 com a média do período 2008-2017, apenas os borregos com peso superior a 28 kg apresentam um acréscimo no preço médio. Ou seja, em média, constata-se uma ligeira valorização do mercado dos animais mais pesados que não é sentida nos animais mais leves/jovens e adultos/refugo.

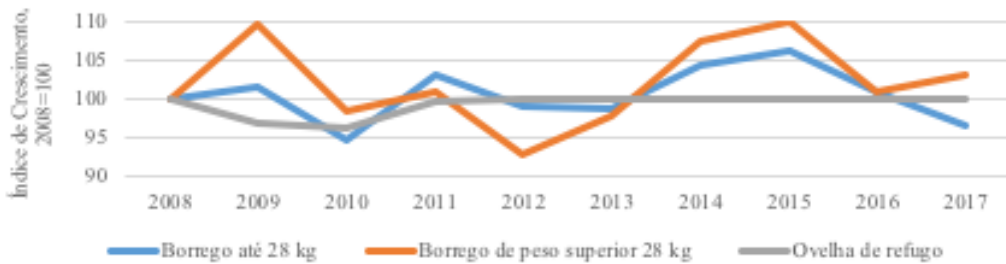


Figura 1. Evolução do efetivo ovino e produção cárnica, 2008-2017

A produção da carne de ovino (época de abate) concentra-se em 3 picos anuais tradicionais de consumo: Páscoa, Natal e Ano Novo. A concentração dos abates em épocas festivas é mais expressiva nas unidades produtivas localizadas na região Norte e Centro, ao que não será alheio o facto destas produções se destinarem essencialmente ao mercado local e regional, nomeadamente, à restauração e comércio tradicional (talhos). Quanto às unidades produtivas localizadas na região do Alentejo, cuja produção é preferencialmente escoada para o mercado nacional, através das médias e grandes superfícies, a época de abates é menos concentrada e os borregos abatidos com maior peso.

O consumo de carnes está diretamente relacionado com o poder de compra das populações, pelo que se ressentiu com a crise financeira de 2010-2014. Em 2017, o consumo *per capita* de carnes em Portugal rondava os 114 quilogramas (acima dos 113,5kg ingeridos em 2009, antes da crise), refletindo a tendência de recuperação sentida após 2013 (105,5kg /habitante/ano). As carnes de suíno e de aves, de preço mais acessível, são as preferidas dos consumidores. Em oposição, o consumo de carnes de pequenos ruminantes está em recessão, representando apenas 2% do total de carnes consumidas anualmente. O preço proibitivo para muitas famílias e a fraca tradição de ingestão destas carnes entre as gerações mais jovens, são os principais motivos para o decréscimo no consumo. Espera-se que a rotulagem obrigatória da carne de ovino e caprino, em vigor desde 2015, proporcione um estímulo ao seu consumo, combatendo a tendência de queda no consumo que se faz sentir há mais de uma década. De facto, cada vez se consome menos borrego, é uma carne difícil de preparar e o ritmo de vida moderna não permite a demora da sua confeção, procurando os consumidores alimentos de confeção mais fácil e rápida (Ramos, 2008). Por outro lado, a tradição da venda dos borregos à carcaça (animal inteiro), em especial no Norte e Centro do país, em que os animais são comumente vendidos mais jovens/com menor peso, no mercado local, não se adequa ao padrão de consumo e menor dimensão dos atuais agregados familiares. Apesar do baixo consumo interno de carne de ovino, a procura nacional é superior à oferta resultando na necessidade de importação de carne ovina de outros países. Entre os principais países fornecedores destas carnes estão Espanha, França, Nova Zelândia e Reino Unido. Em conjunto respondem por mais de 4/5 do total das importações nacionais de carne de ovino e caprino. A entrada de carne de ovino exerce pressão sobre os preços praticados, em especial no retalho alimentar. A carne de borrego importada, nomeadamente da Austrália e da Nova Zelândia, “*entra no mercado português principalmente através das grandes superfícies comerciais e é vendida significativamente mais barata do que a nacional*”. (Dias, 2016).

Em média entram em Portugal cerca de 6,35 mil toneladas de carne de ovino anualmente, enquanto as exportações ficam pelas 920 toneladas (máximo de 2 mil toneladas, em 2015). Esta situação é agravada pelo diferencial desfavorável de preços na importação e exportação (Figura 2), e representa um deficit médio na balança comercial de 25,6 milhões de euros anuais. Quanto às trocas relativas a animais vivos, a situação inverte-se. Ainda assim, o balanço relativo a entradas e saídas totais (incluem animais vivos e carnes, tudo convertido a peso carcaça) mantém-se francamente desfavorável.

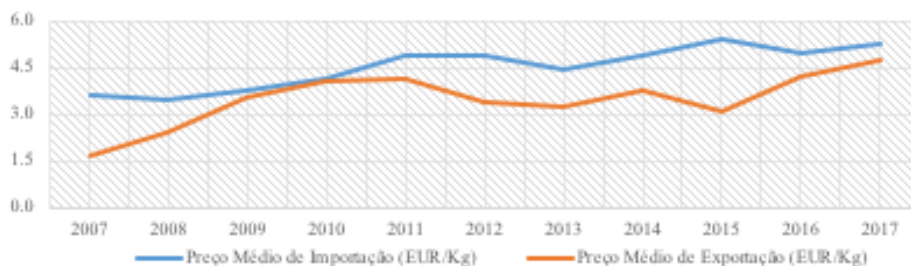


Figura 2. Preço médio de importação e de exportação das carnes de ovino, 2008-2017

França é o mercado prioritário de destino das carnes de ovino e caprino nacional, seguido de Angola e Espanha. Em conjunto representam mais de 90% das exportações nacionais. A nível global, o aumento da exportação de animais vivos, a partir de 2013, em especial para Espanha, impulsionou o comércio externo de pequenos ruminantes (Figura 3), tendo as exportações de animais vivos alcançado uns extraordinários 27,7 milhões de euros, em 2017. Situação animada pela carência de animais sentida no mercado espanhol e o desvio das exportações da Austrália e Nova Zelândia da Europa, optando pelo mercado asiático. Ainda assim, a exportação de animais vivos, ao não reter na região de produção a mais-valia da transformação do produto, empobrece a fileira e prejudica a economia regional e nacional. Tal debilidade é salientada por profissionais do setor, referindo que grande parte dos criadores nacionais está a vender a intermediários portugueses animais para engorda em Espanha, sendo que “*parte da carne regressa a Portugal para aqui ser vendida*”, não se retendo assim, em território nacional as mais-valias que resultantes do abate e da comercialização da carne e restantes produtos animais, como a pele que tem um valor significativo (Dias, 2016).

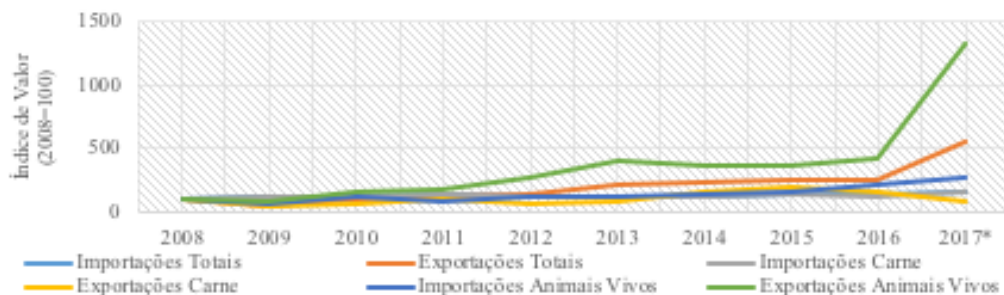


Figura 3. Evolução da importação e exportação de pequenos ruminantes, 2008-2017

A conjugação de todos estes fatores tem prejudicado o grau de abastecimento do mercado interno de carnes de ovinos e caprinos, em especial, no último quinquénio (2012-2017) (Figura 4). Em 2017, o grau de abastecimento do mercado interno para estas carnes, era de 67%, registando um decréscimo de 9% face a 2012.

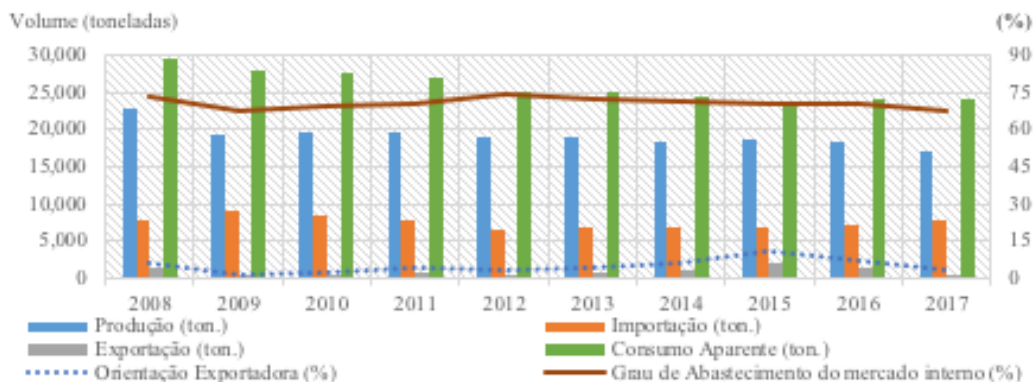


Figura 4. Abastecimento do mercado de carnes de ovinos e caprinos, 2008-2017

Conclusões

O mercado nacional de carne de ovinos apresenta sinais de recuperação, animado pelo aumento da procura externa e consumo interno, no pós-crise 2009-2014. Todavia, debilidades ao nível da organização da produção resultam na maior dificuldade em responder, eficaz e eficientemente, às necessidades da procura e deixam este elo da cadeia de valor vulnerável face ao poder negocial dos elos a jusante: transformação e comércio. A venda de animais vivos impede a retenção do valor acrescentado da transformação na região/país de produção. A expansão da fileira requer a apreciação do papel destes animais no aproveitamento de zonas marginais do território, concentração da oferta e valorização da produção e estímulo do consumo, ajustando a sua comercialização à demografia e preferências do consumidor atual. O mercado da carne de borrego tem que inovar, criar novos produtos, adaptados às preferências e ritmos de vida do consumidor atual (e.g., espetada, hambúrguer, bife ou almondega de borrego), seguindo as boas práticas de outros produtos e mercados, como o espanhol.

Agradecimentos

Os autores agradecem o suporte financeiro do projeto OPEN2PRESERVE: Modelo de gestão sustentada para a preservação de espaços abertos de montanha, cofinanciado pelo Programa Interreg SUDOE, através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER).

Os autores agradecem à Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT, Portugal) e ao FEDER no âmbito do programa PT2020 pelo apoio financeiro ao CIMO (UID/AGR/00690/2013).

Referencias bibliográficas

- Dias, C. (2016). Se não os podes vencer, junta-te a eles. Publico, 20 novembro.
- GPP (2016). Organizações de Produtores – Relatório Nacional de Acompanhamento e Avaliação 2015. Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral, Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território. Disponível em <<http://www.gpp.pt/index.php/organizacoes-de-produtores/organizacoes-de-produtores>>.
- GPP (2019). SIMA - Cotações de Produtos Agrícolas. Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral, Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território. Disponível em <<http://sima.gpp.pt:8080/sima>>.
- INE (2009 a 2018). Estatísticas Agrícolas (2008-1017). Instituto Nacional de Estatística, Lisboa. Disponível em <<https://www.ine.pt>>.
- INE (2019). Contas Económicas da Agricultura. Instituto Nacional de Estatística, Lisboa. Disponível em <<https://www.ine.pt>>.
- Ramos, O. (2008). Qualidade Nutricional da Fracção Lipídica da Carne de Borrego e de Cabrito. Dissertação de mestrado, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.

Sheep meat products in portugal: markets, prices and consumer trends

Abstract

The present study was carried out within the framework of the Open2Preserve project and aims to contribute to the sustainable production of sheep, as an instrument for the sustainability of the open spaces of mountain of high environmental value. The market for sheep meat shows signs of recovery in the post 2009-2014 crisis. However, weaknesses in the organization of production result in a greater difficulty in responding to the needs of demand and leave this link of the value chain more vulnerable to the bargaining power of the downstream links. The sale of live animals doesn't allow the retention of the value added of processing in the region/country of production. It is emphasized the need to stimulate the consumption of sheep meat, by adjusting its marketing to demography and preferences of the current consumer.

Key-words: **Sheep meat, market, price, consumption.**