

VII CONGRESO INTERNACIONAL DE AGROECOLOGÍA

LIBRO DE ACTAS



**AGROECOLOGÍA Y SOBERANÍA ALIMENTARIA
(RE)POLITIZANDO LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS**

30, 31 DE MAYO Y 1 DE JUNIO DE 2018
CÓRDOBA



AGROECOLOGÍA Y SOBERANÍA ALIMENTARIA

REPOLITIZANDO LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS



CORONA 2014
Congreso
Internacional
de Agroecología

Coordinadores: Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (Universidad de Córdoba)

Edita: Asociación para la Investigación en Sociología y Estudios Campesinos

Edificio Gregor Mendel, planta baja. Campus de Rabanales, 14014, Córdoba.

Telf: 957 218541

Web: osala-agroecologia.org

Año: 2018

Compilación y revisión: Tatiane de Jesus Marques Souza, Isabel Vara y David Gallar (ISEC-UCO)

Diseño y Maquetación: Por fin Lunes!

ISBN: 978-84-09-07750-2

Reconocimiento – NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa):

No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra comercial.



Este libro de Actas se ha cofinanciado con el Plan Propio de Investigación de la Universidad de Córdoba.



PRODUÇÃO DE RUMINANTES DE RAÇAS AUTÓCTONES EM ZONAS DESFAVORECIDAS DE MONTANHA: O CASO DA PRODUÇÃO DE CAPRINOS DA RAÇA SERRANA

Alda Matos¹; Paula Cabo² & Ramiro Valentim³

1,3 Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior Agrária, Campus de Santa Apolónia - 5300-253 Bragança.

2 Centro de Investigação de Montanha e Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia - 5300-253 Bragança, Portugal.

1 alda@ipb.pt; 2 paulacabo@ipb.pt; 3 valentim@ipb.pt

INTRODUÇÃO

A domesticação da cabra remonta ao período neolítico, como fonte de leite e carne para o consumo humano (Hirst, 2015). Frequentemente denominada “vaca dos pobres”, devido à sua facilidade de prosperar em zonas marginais, sob rigorosas condições ambientais (Correia, 2004), a cabra assume um importante papel do ponto de vista económico, social e cultural em várias regiões do mundo, estando presente no quotidiano das pessoas, pela culinária, calçado, vestuário, músicas, ritos religiosos, ditos populares, sendo explorada pela sua pele, leite e carne de excelente qualidade (Oliveira, 2012).

Em Portugal, o setor caprino tem vindo a perder importância, tanto termos de produção de carne como leiteira. Em 2016, existiam cerca de 347 mil caprinos em Portugal, representando 17% do efetivo nacional de pequenos ruminantes (INE, 2017). Nesse ano, foram abatidos cerca de 103 868 reses, produzindo 716 toneladas de carne de caprino. A análise comparativa, com base em 2010, mostra um decréscimo global da produção de carne (de 27,5% e 19,5%, termos de carcaças e peso, respetivamente) parcialmente compensado pelo aumento do preço pago ao produtor em 8,4%. Ademais, a análise mostra um decréscimo do consumo nacional de carne de ovino e caprino, tendência que se faz sentir desde 2008 situando-se, em 2016, em 2,2 kg/habitante/ano, 0,6kg abaixo da captação de 2008. O fator preço, agravado pela crise económica e a falta de tradição de consumo destas carnes entre os consumidores mais jovens (INE, 2014), tem dificultado a sua performance no mercado. Quanto à produção de leite de cabra, em 2016, representava apenas 1,3%, do total do leite produzido, totalizando 25 626 milhares de litros. A análise comparativa, com base em 2010, mostra uma redução global de 4,5% do volume de produção, compensada pelo acréscimo de 17,5% do preço ao produtor. O leite de cabra é sobretudo utilizado no fabrico de queijo de cabra ou de mistura, sendo que, em 2016, estes queijos representavam 3% e 7,5%, respetivamente, da produção queijeira nacional (INE, 2017).

Por outro lado, o êxodo e a regressão demográfica, têm marcado a região norte do país e afetado sobretudo o Norte Interior mais profundo. Para a coexistência das diversas ruralidades e especificidades neste espaço social de montanha, prevalece ainda o fabrico artesanal de produtos agroalimentares, com origem nas raças autóctones. Nesta região, as explorações de caprinos são maioritariamente constituídas pela raça autóctone serrana, cujo pastoreio, em regime extensivo, facultava aos animais uma



alimentação diversificada, e imprime à sua carne e leite características organoléticas ímpares, de reconhecido valor, pela sua origem e qualidade. Para algumas explorações, a aposta neste setor tem-se mantido como uma atividade alternativa viável, dadas as fragilidades subjacentes à economia da região. Neste contexto, com este trabalho pretende-se contribuir para a sustentabilidade da produção da raça autóctone portuguesa de cabra serrana. Para tal, procura-se identificar os principais constrangimentos e potencialidades da atividade, por forma a delinear estratégias para o futuro.

METODOLOGIA

A investigação baseou-se em informação primária e secundária. A informação primária tem por base um inquérito aplicado aos associados da Associação Nacional de Caprincultores da Raça Serrana – ANCRAS, com explorações situadas no norte interior, em 2015, tendo resultado uma amostra formada por 70 caprincultores produtores de carne de cabrito, dos quais 64 também produzem leite e 30 queijo. Esta informação serviu de suporte à elaboração da matriz de avaliação estratégica que sintetiza as potencialidades e constrangimentos e o esboço de eventuais estratégias para o futuro da atividade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Caracterização socioeconómica da amostra

A amostra é composta maioritariamente por caprincultores do género masculino (55 indivíduos), com idades compreendidas entre os 22 e os 81 anos, sendo que a grande maioria (67%) possui mais a 50 anos de idade. Quanto às habilitações literárias, apenas 3% dos respondentes possuem habilitações a nível superior, sendo que 40% completaram apenas o 1º ciclo, os restantes possuem habilitações do 2º ciclo até ao 12º ano escolaridade. Nenhum produtor adquiriu formação adicional na sua área de trabalho. A grande maioria dos respondentes tem como atividade principal e secundária a pastorícia e a agropecuária (leite e carne) e atividades relacionadas. As explorações caprinas objeto de estudo estão localizadas maioritariamente nos concelhos de Macedo de Cavaleiros (17,6%), Mogadouro (16,2 %) e Mirandela (13,2%). O efetivo total das explorações caprinas objeto de estudo ascende a 6 754 caprinos de raça serrana (inclui 270 machos), ou seja, um efetivo médio inferior às 100 cabeças por exploração.

Produção; Transformação e Distribuição de Carne de Cabrito

Os caprincultores respondentes reportaram o abate anual de cerca de 6500 cabritos, dos quais apenas 12% tinha por destino o autoconsumo. Quanto à produção comercializada (88%), em regra, os animais são vendidos vivos, a partir da própria exploração, nenhum produtor vende o cabrito a retalho ou pré-embalado. Em geral, o escoamento do produto é efetuado para o mercado local e/ou regional, através de diversos canais, nomeadamente, intermediários (33) do Norte e Centro do país, a Cooperativa de Produtores de Cabrito da Raça Serrana – CAPRISSERRA (19) e a venda direta aos consumidores das proximidades (17). O preço, para 78% dos produtores, oscilou entre 40€-50€, por animal vivo, acrescentando 10€, em média, quando vendido em carcaça. As principais ameaças à atividade apontadas pelos respondentes foram o abandono da atividade (9 produtores), o baixo poder de compra dos consumidores (6) e dificuldades no escoamento da produção (6), motivadas pela fraca procura, o baixo poder de compra das famílias e as oscilações da procura ao longo do ano. Foi ainda referida a fraude ligada ao “borrego passar por cabrito”. Alguns criadores referem ainda que a carne de cabrito não é apreciada

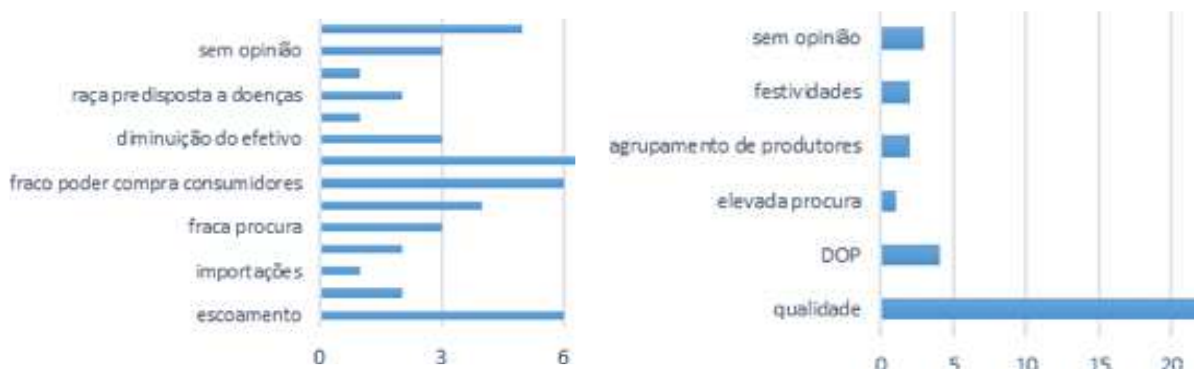


pelos consumidores em geral, o que reduz o seu valor comercial, e com ele, o preço pago ao produtor. Ainda assim, a grande maioria dos criadores inquiridos (75%), considera que, globalmente, o sistema de comercialização do cabrito funciona bem (bom escoamento, qualidade da raça, fidelidade no pagamento ao produtor). A qualidade da carne é apontada como a maior força do setor (30).

Gráfico 1 – Forças, Fraquezas, Ameaças e Oportunidades do setor da carne de cabrito (n=42)

Fraquezas e ameaças

Forças e oportunidades



■ Número de produtores

Produção, Transformação e Distribuição de Leite

Os 64 produtores de leite inquiridos reportaram a produção anual de 175 340 litros de leite de cabra, dos quais, 83% foram transacionados. A venda do produto ocorreu essencialmente a partir da própria exploração, diretamente para o agrupamento de produtores, Cooperativa de Produtores de Leite de Cabra Serrana – LEICRAS, e para o comércio especializado (comerciantes/lojas especializadas/queijarias) nos mercados de proximidade. O preço ao produtor mais frequente oscilou entre 0,5€ e os 0,6€ por litro.

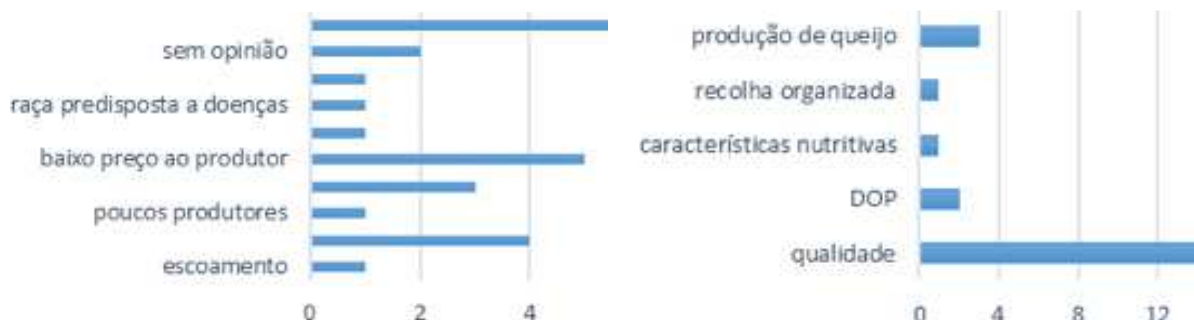
Quanto às debilidades do setor, uma parte significativa dos produtores (8) considera que não existem ameaças ao futuro da atividade; para os restantes, o baixo preço ao produtor, a idade avançada e o abandono da atividade são os maiores problemas identificados. À semelhança da produção cárnea, a esmagadora maioria dos produtores (73%) considera que a qualidade é a maior potencialidade do setor. Ademais, grande parte dos respondentes considera que o bom funcionamento do sistema de comercialização se deve à facilidade no escoamento do leite (motivada pela elevada procura e a falta de concorrência em determinadas zonas do Norte do país), à Denominação de Origem Protegida – DOP da carne de cabrito, ao cumprimento dos prazos de pagamento acordados com os clientes e à eficiência organizativa na recolha do leite pela LEICRAS, isto apesar do baixo preço pago aos produtores.



Gráfico 2 – Forças, Fraquezas, Ameaças e Oportunidades do setor do leite de cabra (n=27)

Fraquezas e ameaças

Forças e oportunidades



■ Número de produtores

Produção, Transformação e Distribuição de Queijo

Anualmente, os 30 produtores de queijo inquiridos produzem cerca de 7 677 queijos, segundo tecnologias artesanais de fabrico, sendo que metade dos produtores produz até 100 queijos/ano, e apenas um produtor reporta uma produção anual superior a 1 500 queijos. Cerca de 75% do queijo produzido tem por destino a venda, sendo esta, em geral, realizada na exploração (63%), diretamente aos consumidores residentes na região. O queijo é, em geral, vendido em fresco (17 produtores) ou com meia cura (11). O preço dos queijos varia entre 5 e 8 euros, sendo que as mais-valias geradas pelas diferentes tecnologias de produção não se traduzem num fator de dilatação do preço ao produtor. Assim, as debilidades mais referidas foram o baixo preço ao produtor, o abandono da atividade e o fraco escoamento motivado pela fraca procura. Ainda que a grande maioria dos produtores refira o bom funcionamento do sistema de comercialização. Para 50% dos produtores, a maior força do setor é a qualidade, associada à DOP de Queijo Transmontano e à tradição artesanal de fabrico.

Análise SWOT - Strengths, Weaknesses, Opportunities and Treats A tabela 1 sumaria as potencialidades e constrangimentos do setor da carne de cabra Serrana e aponta eventuais estratégias por forma a auxiliar e orientar as decisões dos diferentes atores intervenientes na indústria. A produção em áreas de montanha enfrenta restrições específicas que se traduzem em menores rendimentos vegetais, crescimento animal mais lento e maiores custos de produção. Ademais, a pequena dimensão das explorações reflete-se em volumes de produção e poder negocial reduzidos, como exposto por Cabo et al. (2017). Também a produção e consumo são amiúde distantes, resultando em maiores custos de transação (Euronmontana, 2004). Neste contexto, instiga-se os criadores da raça Serrana a adotar uma estratégia de mercado de nicho, almejando um preço *premium* num segmento de mercado restrito e a promoção da venda direta ou através de redes específicas de pontos de venda.



Tabela 1 – Potencialidades, constrangimentos e estratégias para a produção caprina da raça “Serrana”

POTENCIALIDADES	CONSTRANGIMENTOS
<p>Qualidade intrínseca às características da raça Serrana; Sistema de produção extensivo baseado no pastoreio na natureza; Método tradicional de fabrico; Cumprimento dos prazos de pagamento ao produtor por parte do agrupamento e/ou cooperativa de produtores; Eficiência do sistema de recolha do leite; Facilidade de escoamento do leite e carne de cabrito; Venda direta dos queijos ao consumidor; Política Agrícola Comum atual favorável aos produtos agroalimentares tradicionais.</p>	<p>Envelhecimento dos caprinicultores; Baixa escolaridade e ausência de formação específica na área de atividade; Abandono da atividade de caprinicultura; Preços baixos ao produtor; Reduzido valor comercial e efeito substituição da carne de cabrito por borrego; Fraude associada à carne de borrego; Reduzido poder de compra dos consumidores locais; Procura reduzida, particularmente, de queijo e carne de cabrito; Flutuações da procura ao longo do ano, em especial, ao nível da carne de cabrito.</p>
ESTRATÉGIAS	
<p>Reforço do associativismo ativo dos produtores. Desenvolvimento de uma estratégia de marketing coletivo e de comercialização baseada na associação dos produtos aos atributos resultantes do sistema de produção tradicional, das características da raça Serrana e dos benefícios para a saúde do leite de cabra. Aposta na qualificação de produtos, mormente, através das DOP existentes ou adoção da menção europeia <i>Produto de Montanha</i>, Exploração do potencial do marketing digital para a promoção e comercialização dos produtos; Aproveitamento de sinergias com o setor de turismo e restauração. Alavancagem de feiras e outros eventos regionais e nacionais para fins de marketing e vendas. Desenvolvimento de novos produtos e aposta em novos segmentos de mercado e nas vendas a retalho; Diferenciação de produtos e preços, nomeadamente, na produção queijeira, com base no tempo de maturação, teor de gordura e sal e agentes aromatizantes (especiarias, alho, ervas).</p>	

Assim, a exploração em termos de marketing dos benefícios para a saúde do consumo de leite de cabra¹ e de produtos à base deste, bem como, as vantagens potenciais da menção de qualidade “Produto

1 A literatura reporta o leite de cabra como benéfico para a saúde, em especial para indivíduos com intolerância ao leite de vaca. O leite de cabra tem características antioxidantes, permite uma maior absorção de ferro, é rico em cálcio e fósforo importante para a formação dos ossos, e também em zinco e selénio, micronutrientes essenciais para a prevenção de doenças neuro-degenerativas, é rico na proteína caseína, que o torna mais próximo do leite humano e tem menos caseína alfa1, enzima responsável pelas alergias ao leite de vaca. Além disso, como o sistema de produção tradicional é baseado em animais que pastam na vegetação natural, é menos tóxico do que o leite de vaca (sistema de produção intensiva, mais hormonas) (Alfárez et al., 2003; Dubeuf, 2005; Dubeuf et al., 2004).



de Montanha” podem ser oportunidades de mercado cruciais. Segundo Euromontana (2004) a menção da origem de montanha dos produtos e a sua influência benéfica para a saúde dos consumidores afetam significativamente a percepção dos consumidores. Realça-se também a hipótese de integração a jusante, com vista à retenção de valor acrescentado na região de origem, explorando a procura emergente de produtos derivados de leite de cabra, e.g. queijo, iogurte, manteiga ou gelados, e da associação dos mesmos a uma gastronomia *gourmet* (Freire, 2015). No segmento cárneo, a aposta em novos mercados, aproveitando o potencial da segmentação com base variáveis socioculturais promotoras do consumo de carne ovino e caprino, aliada à eventual certificação Halal e/ou Kosher, assim como, o desenvolvimento de novos produtos, como é o caso do presunto de cabrito (António, 2014) poderão ser decisivas no sentido de facilitar o escoamento e impulsionar a procura.

As associações de criadores são atores cruciais, não só como facilitadores de assistência técnica e disseminadores de know-how e conhecimento técnico, mas também enquanto estrutura coletiva da cadeia de fornecimento, no que respeita ao desenvolvimento de estratégias comercialização e marketing dos produtos (como reportado por Cabo et al. (2017)). Para prevalecer no mercado competitivo atual e poder investir na qualidade de seus produtos (adotando estratégias de diferenciação, desenvolvimento de novas gamas de produtos e uso de certificação de origem geográfica), os diferentes atores intervenientes na fileira da produção caprina da raça serrana devem concentrar esforços dentro das organizações de produtores, a fim de atingir dimensão crítica, desenvolvendo seus próprios canais de distribuição e estratégias de marketing coletivas. Como referido por Mello e Marreiros (2009), a “marca do produtor”, “marcas coletivas” ou “certificados de qualidade”, são essenciais para desenvolver a identidade dos produtos, com base em uma série de benefícios específicos que os diferenciam da concorrência, criando valor aos consumidores. Este tipo de marcas aumenta o poder negocial dos pequenos produtores, permitindo-lhes aceder a mercados que, de outra forma, não poderiam fazer. Neste sentido, aponta-se a exploração da mais-valia associada à qualificação da DOP Queijo de Cabra Transmontano e DOP Cabrito Transmontano, através do reforço da aposta no agrupamento como canal de escoamento da produção, como referido por Cabo et al. (2016).

Além disso, as feiras e outros eventos (dentro e fora das áreas de produção) constituem importantes meios de alavancagem para fins de marketing e promoção de vendas. De igual forma, a aposta no consumo local, através de sinergias com a indústria do turismo e vendas diretas aos turistas, principalmente através de restaurantes.

De facto, a gastronomia pode desempenhar um importante papel fundamental para a promoção de produtos e suas regiões de produção, a nível nacional e internacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os constrangimentos da produção de caprinos da raça serrana são desafiantes na medida em que se encontram na estrutura interna da fileira. De facto, o estudo empírico permitiu identificar como principais fraquezas estruturais do setor, ao nível da produção, o envelhecimento e a baixa escolaridade dos criadores, a tendência de abandono da atividade caprina e a subsequente diminuição do efetivo, os baixos preços no produtor (como também referido por Cabo et al. (2017)) e as flutuações da procura da carne de cabrito. A procura de carne de cabra está intimamente ligada à especificidade do mercado-al-



vo, estando condicionada a um segmento específico de consumidores que exigem o produto apenas em determinadas épocas do ano (festividades), por outro lado, a carne de cabrito não é apreciada pelos consumidores, em especial pelos consumidores mais jovens (como exposto por INE (2014)), pelo que o seu valor comercial diminui, e com ele, o preço. O estudo revelou ainda carências a nível do empreendedorismo e inovação por parte dos vários atores intervenientes na cadeia de comercialização, derivadas principalmente da falta de qualificações adequadas, que os torna mais avessos ao risco e inibe o empreendedorismo. Por outro lado, o marketing do produto baseia-se essencialmente na qualidade intrínseca às características raça Serrana, a qual foi apresentada como a força principal do setor.

O exame diagnóstico efetuado aponta para que os criadores de cabras deverão direcionar sua estratégia para os pontos fortes do setor e aproveitar algumas oportunidades de mercado, sendo vital aumentar a produção em volume e concentrar a oferta. Neste contexto, a qualidade associada aos processos de origem, pastoreio natural e modo de produção artesanal são fatores cruciais para desenvolver estratégias de marketing para segmentos de mercado específicos. Para os criadores de cabra Serrana o argumento é favorável à aposta numa estratégia de mercado de nicho. Por último, a diversificação da oferta nas áreas rurais permitiria aproveitar essas oportunidades de mercado identificadas e, eventualmente, contribuir para o desenvolvimento de novos produtos e aumentar os rendimentos dos criadores, reduzindo assim o abandono da atividade. Mas, para tal, é necessário que os criadores apostem na formação em marketing e empreendedorismo e participem mais ativamente nas atividades das suas associações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- António, M. 2014. "Novo produto transformado - caracterização físico-química de pernas curadas de carne ovina e caprina". Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Bragança.
- Alfárez, M., López-Aliaga, I., Nestares, T.; Diaz-Castro, J., Barrionuevo, M., Ross, P. e Campos, M. 2003. "Dietary goat milk improves iron bioavailability in rats with induced ferropenic anaemia in comparison with cow milk". *J. of Dairy Res.*, Cambridge, 70, 181-187.
- Cabo, P.; Matos, A.; Fernandes, A.; Ribeiro, M. 2016. "Análise da produção e comercialização de produtos DOP da cabra serrana transmontana". In *Raças Autóctones no Espaço Ibérico: um recurso sustentável*, 117-130.
- Cabo, P.; Matos, A.; Fernandes, A.; Ribeiro, M. 2017. "Evolução da produção e comercialização de produtos tradicionais qualificados de ovinos e caprinos (2003-2012)". *Rev. Ciênc. Agrár.*, 40, 329-344.
- Correia, T. 2004. "Estudo da variabilidade e relações genéticas em raças caprinas autóctones mediante microssatélites". PhD Thesis, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Dubeuf, J. 2005. "Structural, market and organizational conditions for developing goat dairy production systems". *Small Ruminant Research*, Amsterdam, 60, 67-74.
- Euromontana. 2004. "Strategic information for the development of agricultural quality products in European mountain areas". In *Mountain food products in Europe: Results, findings and outputs of the project*, rep. 6-7, 3.



