

PRODUTOS CARNEOS DE OVINOS EM PORTUGAL: MERCADOS, PREÇOS E TENDÊNCIAS DE CONSUMO

CABO, P.; RODRIGUES, S.; TEIXEIRA, A. & CASTRO, M.

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

Introdução

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 deseja 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, pelo que a produção em regime de pastoreio *extensive* 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. Com o presente estudo visa-se contribuir para a produção sustentável de ovinos. 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

Atualmente estão reconhecidas 5 *Organizações de Produtores - OP* no subsector da carne de ovino, 4 das quais localizadas no Alentejo e a outra em Lisboa e Vale do Tejo. 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 (GPP, 2016). A importância das OP é espelhada nos efeitos da falta de concentração da produção ao nível do poder negocial dos produtores, sendo que a produção pulverizada deixa os produtores de ovinos muito vulneráveis aos intermediários, em termos de preços e condições de compra.

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 (Fig. 1), sendo que, no geral, o mercado ressentiuse com a crise, com os borregos com >28kg a serem mais penalizados em termos de preço.

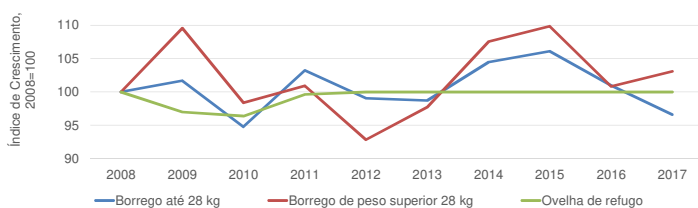


Figura 1. Evolução do preço ao produtor da produção cárnea de ovino, 2008-2017

A época de abate concentra-se em 3 picos tradicionais de consumo: Páscoa, Natal e Ano Novo. A concentração é mais expressiva nas unidades produtivas do Norte e Centro, cujo destino primário é a restauração e talhos, a nível local/regional. No Alentejo, a produção é escoada através de médias e grandes superfícies, os abates mais dispersos e borregos de maior peso.

O consumo de carnes de pequenos ruminantes, em recessão desde 2008 apresenta sinais de recuperação, representando todavia apenas 2% do consumo anual de carne (2,4kg/hab./ano). O preço proibitivo para muitas famílias e a fraca tradição de ingestão destas carnes entre os mais jovens são os principais motivos para o baixo nível de consumo. Cada vez se consome menos borrego, é uma carne difícil de preparar e o ritmo de vida moderna não se padece com a demora da confeção, optando as famílias por produtos de confeção facilitada (Ramos, 2008).

Agradecimentos

Os autores agradecem o suporte financeiro do projeto OPENZPRESERVE: 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/00690/2019).

Bibliografia

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/organizacao-de-produtores-organizacao-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 <<https://www.gpp.pt/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 Fração Lipídica da Carne de Borrego e de Cabrito. Dissertação de mestrado, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.

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 agregados familiares atuais.

Apesar do baixo consumo interno de carne de ovino, a procura nacional é superior à oferta resultando na necessidade de importação. 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 ao produtor, em especial, na venda para as grandes cadeias de retalho alimentar.

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 (Fig. 2), e representa um déficit médio na balança comercial de 25.6 milhões de euros anuais.

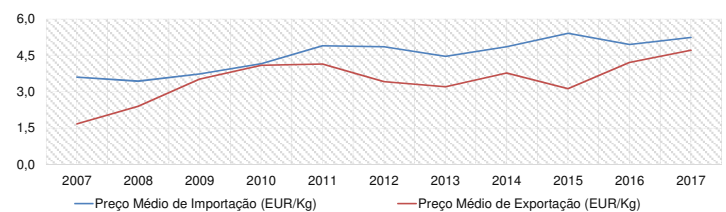


Figura 2. Preço médio de importação e exportação das carnes de ovino, 2008-2017

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 (Fig. 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 a maior preferência das exportações da Austrália e Nova Zelândia da Europa pelo mercado asiático.

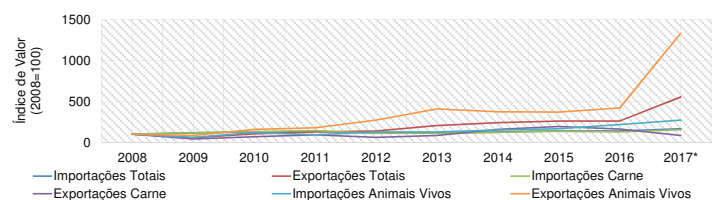


Figura 3. Evolução da importação e exportação de pequenos ruminantes, 2008-2017

A conjugação de todos estes fatores tem prejudicado o grau de abastecimento do mercado interno de carnes de ovino e caprino, em especial, no último quinquénio (2012-2017) (Fig. 4).

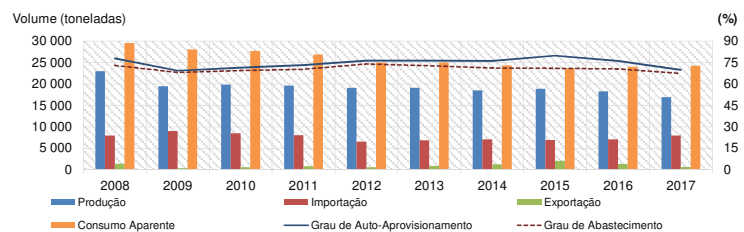


Figura 4. Abastecimento do mercado de carnes de ovino e caprino, 2008-2017

Conclusão

O mercado nacional de carne de ovino 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.