

Articulação dos Segmentos da Cadeia Produtiva de Caprinos e Ovinos – Os Fluxos Alternativos de Comercialização

Evandro Vasconcelos Holanda Junior¹; José Luiz Sá¹; Gherman Garcia Leal de Araújo¹

¹ Pesquisadores Embrapa Semi-Árido. Br 428, km 152, Zona Rural, C. P. 23. Petrolina-PE. 56300-970. Fone: (87)3862 1711. Endereço eletrônico: evandro@cpatsa.embrapa.br

Resumo - Para atender a demanda, existente e potencial, por diferentes tipos de carne, os componentes dos macrosegmentos da cadeia produtiva das carnes de caprino e ovinos precisam estar bem articulados, sob pena de que não sejam oferecidos produtos capazes de atender às exigências dos diversos consumidores finais, resultando em perdas de oportunidades de mercado. Além de uma opção para empresários rurais, a coordenação da cadeia produtiva pode contribuir para o desenvolvimento de regiões pobres do Nordeste Semi-Árido. O presente artigo procura identificar ações que favoreçam a articulação da cadeia produtiva visando o atendimento de demandas por carnes diferenciadas e o desenvolvimento local, algumas sugestões e experiências são apresentadas.

Palavras-Chave: coordenação; Semi-Árido; pequenos ruminantes; carnes; desenvolvimento local.

Articulation Between The Segments Of The Productive Chain: The Alternative Marketing Channels

Abstract - The current market demand for small ruminant meats show potential, with improved marketing systems, for promoting local development. This will require coordination and government support for promoting articulation between the main segments of the productive chain. The objective of this paper was to present alternative marketing channels aimed at identification of potential policies for production organisation and slaughtering and distribution of small ruminant meats, considering marketing alternatives and local development.

Keywords: coordination; semiarid; small ruminantes; meat; local development.

Introdução

A competitividade do sistema agroalimentar, antes baseada na produção e consumo de massa de produtos padronizados realizados por grandes estruturas agro-industriais, passa a conviver com uma crescente produção flexível vinculada a um consumo segmentado com produção em pequenos lotes e com atenção maior aos aspectos ligados à qualidade do produto. Esta estratégia procura atender às exigências e aos novos comportamentos sociais e econômicos dos consumidores e impõem à agricultura o desafio de produzir produtos de “massa” e produtos de qualidade (Carmo, 1998). Estes produtos procuram assegurar confiança e gozar de reputação com o consumidor (Araújo, 2003). No caso dos países desenvolvidos a concorrência é por consumidores saciados, enquanto nos países subdesenvolvidos tal estratégia esta direcionada à parcela da população com alta renda. No Brasil, em 1994, existiam 70 milhões de consumidores para os mais variados produtos da indústria moderna (Carmo, 1998).

A maciez e os aspectos físicos da carne são, em um cenário futuro, as principais características que poderão influenciar a demanda por carnes. Características como cor, teor de gordura, e sabor também poderão influenciar nesta demanda. Outra característica diz respeito ao modo de produção: os consumidores estão dispostos a pagar até 20% sobre o preço vigente no mercado por carnes produzidas em sistemas de menor impacto negativo sobre o meio ambiente. O consumo e a produção destas carnes tende a crescer, enquanto o consumo de carnes nos sistemas de semiconfinamento, confinamento e “Boi Verde” tendem a diminuir. Quando a produção de carne orgânica for maior, o prêmio pago pelos consumidores tende a diminuir (Bonjour, Figueiredo e Campos, 2003).

O impacto e as possibilidades destas tendências no complexo das carnes de caprinos e ovinos precisam ser antecipadas para que se possa planejar a estratégia de intervenção. A existência de consumidores com exigências diferentes abre possibilidades, a exemplo de outros produtos agropecuários, para o estabelecimento de diferentes tipos de mercados para as carnes de caprinos e ovinos. Estes diferentes tipos de mercado se diferenciam tanto pelo destino final do produto, como pelo volume, a qualidade e a forma de organização dos atores da distribuição. Portanto, o atendimento à estes mercados exigirá estratégias diferenciadas.

Este artigo apresenta algumas experiências e propostas de articulação entre os segmentos da cadeia produtiva das carnes de caprinos e ovinos visando atender à diferentes segmentos de mercado dessas carnes.

Características do consumo das carnes de caprinos e ovinos em diferentes cidades brasileiras

É grande a diferença de consumo de carnes caprinas e ovinas entre e dentro as regiões brasileiras. Para destacar estas diferenças, consideraremos a existência de três tipos de mercado nacionais para carnes de caprinos e ovinos produzidos no Nordeste: (a) o mercado local, representado pelas pequenas cidades e vilas ao redor das zonas de produção; (b) o mercado regional, que compreende as cidades de médio e grande portes, inclusive, capitais dos estados do Nordeste; (d) o mercado extra-regional ou nacional, sendo os maiores centros consumidores do Brasil localizados na região Sudeste e Centro-Oeste. Os tipos e as quantidades de carnes consumidas em cada um destes mercados dependem do poder aquisitivo das populações, das tradições, dos costumes e da oferta de produtos.

Muitos autores defendem que o mercado para as carnes de caprino e, sobretudo, ovinos está em expansão. Carvalho et al. (1999), comparando resultados de dois trabalhos, diz que o crescimento em Fortaleza, entre 1988 e 1998, foi de 163%. Leite (2003) diz que o consumo *per capita* aumentou substancialmente nos últimos dez anos, mas ainda situa-se em torno de 1,5 kg por habitante/ano. “No entanto, em torno de 50 por cento da carne ovina consumida no Brasil é importada do Uruguai, da Argentina e da Nova Zelândia. Este dado permite auferir que existe um amplo mercado a ser conquistado, o que dependerá fundamentalmente da organização do setor.” Leite (2003). Campos (1998; citado por Carvalho et al., 1999), confrontou estimativas obtidas de oferta e demanda, no período de 1993 e 2000, e chegou a um *déficit* para o Nordeste de 12.184 toneladas de carnes ovinas e caprinas. Contudo, não há consenso sobre se o consumo *per capita* global está aumentando (Dantas, 2001; Albuquerque, 2002). Porém, os resultados de pesquisas e as observações de vários especialistas é de que o consumo esta se alterando, mudando a forma.

Resultados demonstram que o consumo (tabela 1¹) é maior nas regiões com maiores rebanhos e com grande tradição na produção de caprinos e ovinos, como as regiões de Andorinha,

¹ Estimativas obtidas a partir de informações da literatura e considerando que não ocorreu alteração no consumo *per capita* nas cidades após a obtenção das estimativas pelos diferentes autores. A população das localidades foi obtida no Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2000.

Senhor do Bonfim, Juazeiro e Petrolina; o que sugere que a disponibilidade de animais facilita a oferta de produtos nas cidades, criando hábitos alimentares nas suas populações.

Tabela 1. Estimativas de população, consumo e vendas de carnes em diferentes cidades do Nordeste e no Distrito Federal

Municípios – Estado	Estimativa		
	População (em mil hab)	Consumo (kg/ano)	Venda de Carnes (carcaça/dia) ¹
Andorinha – BA	16	57 ²	16,90
Senhor do Bonfim – BA	68	114 ²	7,86
Juazeiro - BA (apenas carne de ovinos)	174	106 ³	2,84
Juazeiro - BA (apenas carne de caprinos)	174	99 ³	2,64
Jequié - BA (incluso merenda escolar)	147	24 ⁴	0,76
Jequié - BA (sem merenda escolar)	147	14 ⁴	0,44
Petrolina - PE (apenas carne de ovinos)	218	190 ³	4,05
Petrolina - PE (apenas carne de caprinos)	218	117 ³	2,50
Natal – RN (apenas carne de ovinos)	710	66 ⁵	0,43
Natal – RN (apenas carne de caprinos)	710	71 ⁵	0,47
Teresina - PI	714	425 ⁶	2,77
Recife – PE (apenas carne de caprinos)	1.422	53 ⁷	0,17
Fortaleza - CE (apenas carne ovinos)	2.148	271 ⁸	0,59
Fortaleza - CE (apenas carne caprinos)	2.138	172 ⁸	0,38
Salvador - BA (apenas carne de ovinos)	2.441	57 ⁷	0,11
Salvador - BA (apenas carne de caprinos)	2.441	7 ⁷	0,01
Somatório das cidades de Natal, Teresina, Recife, Fortaleza e Salvador	7.425	1.122	0,70
Distrito Federal (consumo estimado)	3.100	62 ⁹	0,09
Distrito Federal (demanda aparente)	3.100	63 ⁹	0,09
Distrito Federal (mercado potencial)	3.100	219 ⁹	0,33

1. Obtido dividindo-se a quantidade estimada em quilos pelo peso médio das carcaças, 12,75 kg. Peso obtido por Sousa Filho e Mascarenhas (2001) junto ao Frigorífico de Caprinos e Ovinos de Jequié LTDA, Bahia.

Fonte: 2. Holanda Junior (2006); 3. Moreira et al. (1998); 4. Sousa Filho e Mascarenhas (2001); 5. Diagnostico (2001); 6. Diagnóstico (2003); 7. IBGE (1988; *apud* Carvalho et al., 1999). 8. Carvalho et al. (1999); 9. IBPC (1998; *apud* Araujo e Medeiros, 2003); consumo estimado apenas para carne de ovinos.

Nessas cidades, os consumidores domésticos são, segundo Moreira et al. (1998), pouco exigentes em tamanho, idade e teor de gordura e preferem animais até 15 kg. Porém, restaurantes “bode assado” têm algumas preferências: macho castrado, carne ovina e animais de 15 a 20 kg. No mês de junho, por causa, das festas juninas ocorre aumento de até 25% no consumo das carnes e, em Petrolina, por exemplo, há aumento nos finais de semana. Segundo Diagnóstico (2003), as carnes de caprinos e ovinos ainda são consideradas no Piauí produto de finais de semanas.

Nas pequenas cidades do interior do Nordeste o consumo de carnes de caprinos e ovinos é maior nos primeiros quinze dias do mês, período em que os benefícios sociais do Governo Federal são disponibilizados nas contas (Holanda Junior, 2003). Uma estratégia possível para aumentar o consumo nestes mercados é a de promover a dinamização das economias locais, com a geração de atividades que permitam aumentar a circulação de dinheiro nas pequenas comunidades (Nascimento, 2003).

Em Jequié, a introdução da carne de caprinos e ovinos na merenda escolar permitiu aumentar o consumo *per capita*, o que pode ser uma alternativa para dinamizar a caprino-ovinocultura em muitas regiões. O Frigorífico especializado existente na região, com capacidade para abater 100 cabeças/dia, tem dificuldade para escoar a produção. Para aumentar o consumo, Sousa e Mascarenhas (2001) defendem ações que visem a melhoria do escoamento da produção e do aumento do consumo, não só no grupo de consumidores aptos a pagar mais por um produto diferenciado; mas, também, o consumo de baixa renda via feira livre, pois este é o local em que são comercializados 52% das carnes na cidade. O comércio também comum em outras cidades do Nordeste (Moreira et al., 1998; Diagnóstico, 2001; Pesquisa, s.d.; Diagnóstico, 2003; Holanda Junior, 2003). Isto nos faz acreditar que programas de modernização de feiras livres, mercados públicos e pequenos açougues podem ajudar a incrementar o consumo em todo o Nordeste. As feiras livres são “o grande ponto de encontro” dos sertões do Nordeste (Ab’Sáber, 1999). Nas feiras livres compram os consumidores da classe C, enquanto os das classes A, B e C se abastecem de carnes de caprinos e ovinos, principalmente, em supermercados e açougues. Em todas as classes, os cortes preferidos foram pernil e costela (Diagnóstico, 2001; Pesquisa, s.d.). O consumo *per capita* varia também de acordo a variação da faixa salarial (Diagnóstico, 2003).

Em regiões com pouca oferta de produtos frescos, em razão dos pequenos rebanhos existentes, como as regiões em que estão localizadas as cidades de Fortaleza e Natal; e como a indústria de frios é ainda pouco marcante da região, a oferta de produtos nestas cidades é pequena, o que pode estar reprimindo a demanda.

Segundo Cavalcanti (2003), restaurantes e hotéis requintados de Olinda e Recife incluíram carne de caprinos e ovinos nos seus cardápios. Ocorrendo também o surgimento de restaurantes especializados que chegam a vender até 2 mil quilos dessas carnes por mês, em pratos variados que vão de R\$ 13,00 a R\$ 65,90. O dono de um destes restaurantes, em Olinda, diz que a procura tem se intensificado e que chega a vender 300 quilos/mês. Em setembro deste ano, 17 grandes restaurantes pernambucanos irão realizar o 1º Circuito Gastronômico de Cordeiros e Cabritos à Moda dos Grandes Chefes. Como Recife, outras capitais e cidades pólos do interior do Nordeste apresentam crescentes opções de restaurantes, desde simples “bode assado” à requintados rodízios, que oferecem essas carnes, sobretudo a de ovinos (mesmo que o nome do restaurante seja “bode assado”), em seus cardápios.

No Distrito Federal, a exemplo de São Paulo e Rio de Janeiro, o mercado se apresenta como um centro consumidor bastante atrativo uma vez que grande parte da população se origina do Nordeste, onde o consumo de carnes ovinas e caprinas é uma tradição, além disso, em Brasília se concentra uma das mais elevadas renda *per capita* do Brasil (Carvalho et al., 1999). O IBPC (1998; citado por Araújo e Medeiros, 2003) afirma que cerca de 95% da carne ovina consumida no Distrito Federal vem de outras localidades brasileiras e que 21% da carne comprada pelos supermercados é importada de Uruguai e Argentina. Os comerciantes da região tem interesse de comprar dos produtores locais, pois a carne poderia ser obtida mais fresca e com menor custo de transporte.

O crescimento da importância dos ovinos em algumas regiões pode representar um direcionamento da produção para atender à demandas de consumo crescente. Segundo relatos de entrevistas conduzida por pesquisadores da EMBRAPA Semi-Árido e da Empresa Baiana de Desenvolvimento Agropecuário da Bahia em três microrregiões do Estado da Bahia²: Os caprinos são considerados pelos produtores como mais adaptados ao déficit forrageiro da estação seca, mas são mais difíceis de manejar, apresentam ganho de peso menor e mais lento, carcaças com menor gordura e rendimento, carnes consideradas mais apropriadas para cozimento que para assar,

² Na microrregião de Juazeiro foram entrevistados produtores dos municípios de Sento Sé, Casa Nova, Sobradinho e Juazeiro; na de Senhor do Bonfim dos municípios de Campo Formoso, Jaguarari e Andorinhas; e na de Euclides da Cunha, dos municípios de Curaçá, Uauá, Canudos, e Tucano. Estes municípios possuíam juntos, em 2000, 39% do total de caprinos e ovinos da Bahia. A amostra continha informações de 549 famílias de caprino-ovinocultores. Projeto financiado pelo CNPq-Brasil, em fase de elaboração de relatório final.

características que dificultam, na lógica dos produtores, seu uso como um animal produtor de carnes qualificadas. Enquanto os ovinos são considerados mais exigentes em pastagens e manejo, mas apresentam ganho de peso maior e mais rápido, carcaças mais gordas e de melhor rendimento, carnes próprias para assar, gosto menos pronunciado, maior valorização da pele, características que facilitam, nesta lógica, seu uso na produção de carnes qualificadas. Isto tem estimulado o investimento na criação destes animais.

Sem entrar no mérito das questões, é certo que esta lógica pode levar ao desperdício de oportunidades de mercado. Martins (2002) acredita que a carne caprina seja a carne do futuro, pois é uma carne magra, que atende às exigências dos consumidores por carnes mais magras. O autor cita para reforçar sua afirmação que “o crescimento anual médio do consumo *per capita* de carne caprina é substancialmente maior que as demais (2,54% ao ano contra - 0,73% da carne bovina) e, considerando-se ainda o consumo dos cinco principais países importadores, Arábia Saudita, Estados Unidos, China, Kwait e Hong Kong, que juntos importaram 76% das 36.295 toneladas de carne caprina transacionadas no mercado internacional no ano 2000.”

As Principais Barreiras

Vários autores demonstram que existem problemas a serem superados para melhorar a sintonia entre os fluxos desta cadeia produtiva e aumentar a eficiência e a competitividade da cadeia. Pela exiguidade de espaço não iremos descrever todos os componentes, nem apresentar todos seus problemas. Conflitos e perda de oportunidades são comuns. Nem sempre ficam todos satisfeitos! Para os interessados em mais informações ver Moreira et al. (1998); Correia et al. (2001); Diagnóstico (2001); Mizuta et al. (2001); Sousa Filho e Mascarenhas (2001); Araújo e Medeiros (2003); Diagnóstico (2003); entre outros.

Para atender ao mercado de carnes diferenciadas, será preciso melhorar a qualidade das carnes ofertadas aos consumidores. A má qualidade das carnes é decorrente do abate de animais com idade avançada e mal terminados, que é resultado do manejo deficiente dos rebanhos; da péssima forma de estocagem e comercialização e do baixo nível de higiene nas operações de abate e comercialização, tendo-se verificado que no varejo a maior parte da carne é comercializada sem o uso de embalagem apropriada. A inexistência ou precariedade de inspeção no local de vendas destes produtos coloca em risco a saúde da população. Outros fatores limitantes afetam a comercialização das carnes de caprinos e ovinos, podendo-se destacar: a falta de padronização de carcaças e de apresentação apropriada dos cortes; a irregularidade no fornecimento de carne e derivados ao mercado; os elevados preços praticados para o consumidor, impossibilitando a abertura de mercado e reduzindo a competitividade com os produtos concorrentes.

Existem cerca de vinte abatedouros/frigoríficos instalados no Nordeste e todos estão operando aquém de sua capacidade instalada (Leite, 2003). Entre as razões podemos citar, a baixa oferta de animais para abate. Esta baixa oferta pode se dever ao pequeno efetivo animal da região em que o abatedouro está instalado ou ao manejo do rebanho, mas também ocorre por causa da concorrência com abatedouros informais e por falta de articulação com os demais segmentos da cadeia produtiva. Existem conflitos, a maioria por causa dos preços pagos, já que os abatedouros informais pagam R\$ 0,40 centavo a mais ao produtor que os formais (Sousa Filho e Mascarenhas, 2001).

Os produtores mais distantes dos centros consumidores ficam na dependência de vender para o intermediário-caminhoneiro, que segundo Sousa Filho e Mascarenhas (2001), pagavam, em 2001, R\$ 0,48 centavos a menos por quilo de carne que o abatedor-acougueiro e R\$ 0,10 a menos que o abatedouro/frigorífico; ou têm que levar os animais para vender na cidade, em algumas regiões da Bahia, Holanda Junior (2003) encontrou custo de transporte de R\$ 1,00 a R\$ 2,00 por cabeça.

Para obtenção de carcaças de qualidade os animais devem ser jovens. Um dos maiores desafios para a obtenção de carnes de qualidade, principalmente, nas regiões semi-áridas do

Nordeste será o de viabilizar a oferta periódica de animais, em quantidade e qualidade. Isto fica evidente quando observam-se as quantidades de animais vendidos diariamente, entre outubro de 2001 e setembro de 2002, por 549 produtores (ver Nota de Rodapé). Estes produtores ofertaram 19 caprinos/dia e 12 ovinos/dia, sendo que sete e quatro eram caprinos e ovinos até 8 meses, respectivamente. É possível que muitas das fêmeas jovens tenham saído para cria/recria nas regiões Centro-Oeste e Sudeste.

Além de viabilizar a produção, para poderem agregar valor à seus produtos, os pequenos produtores têm que conseguir se adequar aos processos e exigências legais implementados para regulamentar a produção e processamento de produtos de origem animal. Os custos de implantação do Sistema de Identificação e Certificação de Origem Bovina e Bubalina no Brasil são elevados e variam de acordo com o número de animais rastreados no rebanho: R\$ 9,75 em um rebanho de 50 animais, até R\$ 2,18/cabeça para um rebanho de 2.000 animais. Além disso, como os custos de implantação recaem sobre o produtor, ocorre transferência de recursos para as prestadoras de serviço de certificação (Sarto, Miranda e Brisolara, 2003). No caso da cadeia produtiva do leite, o Programa Nacional de Melhoria da Qualidade do Leite (PNQL) tem contribuído, direta e indiretamente, para a exclusão da atividade ou do mercado formal de um grande número de produtores (Monteiro, 2003).

Articulação dos segmentos da cadeia produtiva – sonhos e realidades

Nesta seção apresentaremos duas experiências que estão sendo desenvolvidas visando articular a cadeia produtiva da caprino-ovinocultura e que poderão auxiliar no estabelecimento de estratégias de coordenação da cadeia; e uma proposta que pode dinamizar a caprino-ovinocultura do semi-árido.

- a) Cortes padronizados, inspecionados e embalados para restaurantes e consumidores de alta renda.

Sob coordenado de uma Associação de Produtores, o programa “Cordeiro Mineiro”³ é uma experiência que está se começando em Minas Gerais e pretende fornecer um *Mix* de produtos originado do abate de ovinos. A associação conta com 70 sócios, que juntos somam 8.000 ovelhas, com previsão para abater 12.000 animais/ano. Para comercializar os produtos e facilitar a compra de insumos pelos associados, foi criada, em 04 de julho de 2003, a Cooperativa Mineira dos Produtores de Cordeiros (PROCORDEIRO). Serão abatidos cordeiros de cinco a seis meses, com abate previsto para janeiro de 2004. O abate será realizado em um frigorífico terceirizado (contrato de aluguel de capacidade industrial) e será produzido um *Mix* de produtos: CORDEIRO MINEIRO - obtido do abate dos animais jovens, cortados industrialmente e embalado; PELES - contrato com curtume (*wet blue*); VÍSCERAS: tripas serão usadas para obtenção de invólucro natural de embutidos; EMBUTIDOS, QUIBE E PREPARADOS PARA COZIDO: produzidos com abate de animais de descarte. Os produtos serão vendidos em 161 restaurantes cadastrados em Belo Horizonte e em uma “Boutique de Carnes”, que será montada em um espaço já reservado para com esta finalidade.

A medida em que os criatórios estiverem se enquadrando nas recomendações do grupo técnico, os produtos da cooperativa serão valorizados, pois receberão selos de qualidade e origem. Para facilitar o trabalho de técnicos, produtores e ovelheiros (funcionário responsável pelas ovelhas na fazenda), o cooperado receberá um programa de gerenciamento do rebanho.

³ Informações obtidas de entrevista com produtor membro do grupo e complementadas com a Carta de Divulgação da Assembléia de criação da Cooperativa., divulgada via Internet.

Outro benefício incluído é a visita técnica de “avaliação de expectativas e possibilidades”, momento no qual o produtor conhecerá as reais possibilidades de sua propriedade e terá uma base técnica para o desenvolvimento de seu projeto.

b) Carnes de qualidade produzidas organicamente/Carnes com indicação de origem

Identificação e caracterização dos produtos locais podem constituir novas oportunidades econômicas de geração de renda para os caprino-ovinocultores da região. Um “produto do território” efetivamente diferenciado, do tipo “sabor caatinga”, atenderia uma opção de mercado e se constituiria em importante alternativa de resgate social e econômico dos caprino-ovinocultores da região semi-árida. Para tanto, é fundamental a realização de ações de pesquisa e desenvolvimento visando o estabelecimento de critérios de definição da qualidade dos produtos e derivados típicos da região, inclusive aqueles que são ainda pouco conhecidos, mas apresentam alguns elementos de tipicidade que são distintos de outras regiões produtoras do país e do mundo. Na região do Sertão do São Francisco o “Bode de Uauá, Bahia”, “Bode de São Raimundo Nonato, Piauí” e o “Bode de Floresta, Pernambuco”.

Outra alternativa é o “cordeiro/cabrito ecológico ou orgânico” que pretende obter carnes por meio de um sistema de produção que otimiza o uso dos recursos naturais e sócio-econômicos, respeitando a integridade cultural e tendo por objetivo a auto-sustentação no tempo e no espaço, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energias não renováveis e a eliminação do emprego de agrotóxicos e outros insumos artificiais danosos.

Para estas duas alternativas, será preciso dominar as tecnologias necessárias à obtenção do produto com as características desejáveis e capacitar o produtor e os demais agentes da cadeia para que eles conheçam as técnicas de produção e de processamento que garantam a obtenção destes produtos. No caso, de produtos com denominação de origem, será preciso capacitar os produtores sobre a cultura do espaço, do saber fazer, das tipificadas do lugar.

Para funcionar, Araújo (2003), referindo-se a produtos com indicadores de origem, diz que o sistema precisa conquistar o apoio e a credibilidade de todas as partes intervenientes; dispor de uma estrutura competente e flexível, com declarações e credenciamentos claros e precisos que envolvem: utilização de laboratórios, implementação de convênio ou contratação de serviços específicos à certificação; parcerias com instituições públicas como atividades em procedimentos de qualidade agroalimentar e definição do foco gerencial do processo.

No caso das carnes orgânicas, o produtor precisará respeitar as normas em todas as etapas de produção, desde a preparação do solo à embalagem do alimento, sempre preservando os recursos naturais. Com fim de regular o setor, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento estabeleceu normas disciplinares para produção, tipificação, processamento, envase, distribuição, identificação e certificação da qualidade dos produtos orgânicos. Os consumidores de produtos orgânicos desejam produtos certificados, preferindo que a aprovação dos produtos seja feita por pesquisadores e órgãos públicos, por acreditarem na maior imparcialidade destes agentes (Lombardi, Moori e Sato, 2003).

Por causa dos custos proibitivos das certificadoras particulares para os pequenos produtores, uma alternativa pode estar no estabelecimento de organizações específicas que garantam a qualidade de produtos e forneçam um selo de qualidade Segundo Corrêa (2003), essas organizações específicas, são entidades sem fins lucrativos, formadas pelos agentes econômicos de uma cadeia produtiva, ficando a critério da organização a definição das diretrizes que irão gerir as relações entre todos os agentes, como também a fiscalização no cumprimento das mesmas.

A Embrapa Semi-Árido está desenvolvendo um protótipo de sistema de produção para o “cabrito ecológico”, que pretende produzir carnes com rígido controle higiênico-sanitário na produção, transformação e comercialização, com uso mínimo ou nulo (orgânico) de agroquímicos e com uso racional da caatinga. As carnes serão apresentadas em cortes especiais e deverão ter baixo

colesterol; menos calorias; pouca gordura; sabor característico da caatinga; maciez; suculência; identidade territorial e cultural. O sistema de produção inclui as fases de cria e terminação; explorando matrizes de ecótipos nativos, que foram cruzadas com reprodutores Boer; utilizou-se da monta natural a campo, com estação de monta e desmame antecipado; o manejo sanitário inclui vacinas obrigatórias, homeopatia, fitoterapia, práticas de higiene e descanso dos pastos; os animais fazem pastejo rotacionado na caatinga durante o período verde e em pastos cultivados arborizados (buffel, urocloa, gramão) durante o resto do ano; no período seco recebem suplementação com feno/silagem de forrageiras adaptadas à seca; a suplementação mineral é feita com fosfato bicálcico, farinha de ossos calcinada, sal marinho, microelementos. O sistema conserva uma reserva estratégica de palma forrageira. Espera-se que as crias (F1) sejam abatidas aos seis meses de idade com 28-30 quilos de peso vivo (Clóvis Guimarães Filho⁴, comunicação pessoal). Um possível fluxo de comercialização pode ser o apresentado na Figura 1. As vendas para supermercados e outras pessoas jurídicas poderiam ser feitas por uma cooperativa de produtores.

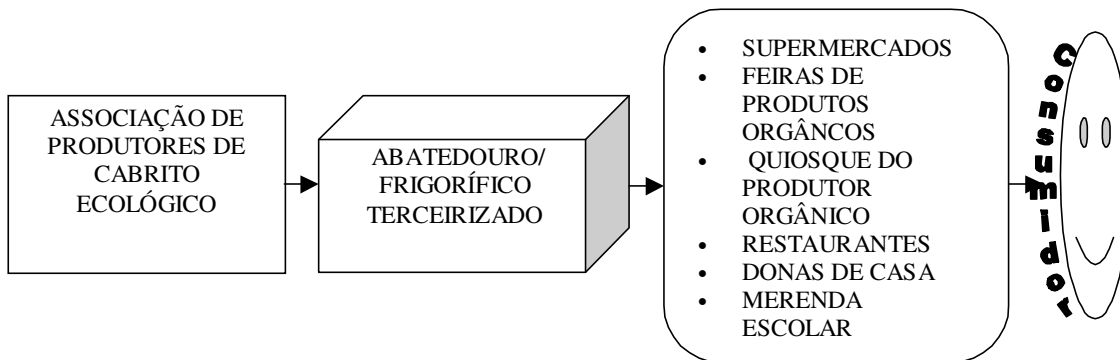


Figura 1. Fluxo possível para carnes de “cabrito ecológico”.

c) Carnes dos Agricultores Familiares do Sertão Nordestino, um produto com apelo de produto “natural” e sócio-ambiental

Os produtos da caprino-ovinocultura têm forte identidade com o sertão, com a cultura nordestina e com a agricultura familiar do semi-árido. Estas características podem estimular seu consumo para grandes e médios centros urbanos, o que pode ser viabilizado por meio de redes de comercialização. A introdução destes alimentos na merenda escolar e na erradicação da fome também contribuiu para viabilizar os caprino-ovicultores familiares do semi-árido. O primeiro grande desafio é o de enfrentar a minifundização das propriedades, o baixo ingresso de recursos monetários e a crescente degradação da base física e biológica dos agroecossistemas estabelece um círculo vicioso de insustentabilidade ambiental, econômica e social nos sistemas de produção dos agricultores familiares do semi-árido nordestino. (Sidesry e Silveira, 1998; citados em Silveira, Petersen e Sabourin, 2002).

Diante desta situação, ações que visem o estabelecimento de um sistema de produção “mais ajustado” são necessárias. Esta estratégia deve se orientar por manter a produção nos anos normais e atenuar os efeitos das secas prolongadas: acumular água, alimentos, sementes, capital. Descreveremos a seguir uma estratégia que pode ser usada para organizar o processo produtivo e a comercialização dos caprino-ovicultores do semi-árido nordestino:

⁴ Pesquisador Embrapa Semi-Árido. Br 428, km 152, Zona Rural, C. P. 23. Petrolina-PE. 56300-970.Fone: (87)3862 1711. Endereço eletrônico: clovisg@cpatsa.embrapa.br.

1. Fortalecer as estruturas municipais de representação dos produtores;
2. Conhecer a realidade, estabelecer metas, definir prioridades e um plano de ação da acdeia como um todo;
3. Estabelecer uma Rede de Apoio Técnico Local: Agentes locais (ADR's⁵): pessoas da comunidades que são treinadas para capacitar os produtores e comerciantes, atuando na produção, comercialização, agroindústrias. O financiamento poderá vir de consórcio de municípios, prefeituras, estados, associações, frígóricos, ONG's, outros. Estes agentes poderão ser apoiados por uma equipe regional de técnicos de nível superior treinados para capacitar, orientar, reciclar e monitorar os indicadores técnicos e econômicos da produção. A Embrapa, Universidades, EMATER's poderão fornecer tecnologias e informações de mercado, bem como treinar e capacitar os técnicos regionais.
4. Estabelecer um sistema de produção capaz de conviver com o semi-árido;
5. Implantar pequenos abatedouros que atendam às exigências higiênico-sanitárias e unidades que permitam o aproveitamento das peles;
6. Implantar um programa de melhorias dos pontos tradicionais de venda; da apresentação do produto ao consumidor; criar um selo de qualidade e origem; fazer promoção comercial em pontos de venda; e melhorar as condições de transporte e distribuição.

A Embrapa Semi-Árido está iniciando um projeto para testar esta opção em Segipe. A operacionalização da proposta será apresentada como foi proposto para este estado: num raio de 65,5 km, selecionar e organizar 100 produtores com média de 30 ovelhas/cada, visando abater 15 animais dia, com peso de carcaça médio de 14 kg/cada. Para cada produtor serão estabelecidos 3 ha de gliricídia, 3 ha de leucena, 2 ha de palma forrageira, 1 ha de Milho / Sorgo / Girassol. No primeiro ano, cada produtor terá no máximo 22 animais para abate e 8 fêmeas para reposição. No segundo ano, serão 38 ovelhas, e, no máximo, 30 animais jovens para abate, 8 fêmeas para reposição e 16 ovelhas de descarte. O projeto se completa com a instalação de um mini-abatedouro (15 cabeças/dia), um curtume para curtimento com produtos orgânicos e um biodigestor.

Considerações finais

A diversificação do consumo estabelece “novos mercados” para os produtores e demais segmentos da cadeia produtiva das carnes de caprinos e ovinos. A maioria dos produtores de caprinos do semi-árido são agricultores familiares, pluriativos e aversos ao risco; adotam sistemas produtivos diversificados, pouco inseridos no mercado e frágeis financeira e ambientalmente. Políticas que venham a garantir sua inserção no mercado e/ou melhoria da renda destes produtores devem buscar produtos adequados às exigências dos consumidores finais, mais diferenciados e, principalmente, pouco suscetíveis a economias de escala. Estratégias diversas podem ser estabelecidas neste sentido. Outras atividades não-agrícolas podem ser agregadas além da produção de bens primários de qualidade.

Cabe ao Estado, em suas instâncias estadual e/ou federal, a coordenação institucional e de políticas e das ações locais para o desenvolvimento local. Cumpre, ainda, promover um esforço de ação conjunta com o setor privado para o desenvolvimento da cadeia produtiva regional de caprino-ovinocultura, pelo fortalecimento dos pólos de produção, processamento (no local de origem) e serviços. A ausência de leis e regulamentos estabelecendo padrões de procedimentos operacionais gera um sistema de classificação e padronização caótico, que caracterizam o atual sistema de distribuição no mercado e impede uma maior agregação de valor aos produtos e derivados da caprino-ovinocultura regional. Há necessidade de medidas legais para vincular os produtos

⁵ Idealizado a partir de experiências existentes na Paraíba, na Bahia e em Minas Gerais.

derivados da caprino-ovinocultura a localidade por meio do estabelecimento de nomes e marcas registradas que refletem a proveniência local e qualidade do produto. Cite-se, por exemplo, a experiência francesa que conferem aos produtos de origem agrícola a denominação de origem controlada – “*appellation d' origine controllee*” (AOG).

Referências Bibliográficas

AB'SABER, A.N. Sertões e sertanejos: uma geografia humana sofrida. **Revista Estudos Avançados**, v.13, n.36, mai/ago, 1999. p. 7-59.

ALBUQUERQUE, F. Organizando da porteira para fora. **O BERRO**, n. 48, mar/abr, 2002. p.31-39.

ARAÚJO, F.C.; MEDEIROS, J.X. Análise dos modos de governança da cadeia produtiva de ovinos no Distrito Federal: estudo de caso do Frigorífico AICO por meio da análise multicritério. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41., 2003, Juiz de Fora, MG. Anais... Juiz de Fora: SOBER, 2003, CD-ROM.

ARAÚJO, J. F. As tipificadas do território como sinal de qualidade alimentar. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41, 2003, Juiz de Fora, MG. Anais... Juiz de Fora: SOBER, 2003, CD-ROM.

BONJOUR, S.C.M; FIGUEIREDO, A.M.R; CAMPOS, A.C. Estudo prospectivo da demanda de carne bovina. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41, 2003, Juiz de Fora, MG. Anais... Juiz de Fora: SOBER, 2003, CD-ROM.

CARMO, M. S. A produção familiar como *locus* ideal da agricultura sustentável. In: FERREIRA, A. D. D.; BRANDENBURG, A. (ORG.) **Para pensar outra agricultura**. Curitiba: Editora da UFPR, 1999. P. 215 a 238.

CARVALHO, R.B.; BORGES, R.L.M.; BESERRA, F.J. et. al. **Perfil tecnológico do projeto de implantação de um abatedouro frigorífico para processamento de carne de caprinos e ovinos no município de Jaguarari-BA**. Fortaleza; s. ed. 1999. 48 p. (mimeo).

CERDAN, C.; GUIMARÃES FILHO, C.; SABOURIN, E. Encontro da Agroindústria de pequeno porte do Nordeste, 1, 1997. Petrolina. **Anais...** Petrolina: EMBRAPA Semi-Árido, 1997, 153 p.

CORRÊA, F. V. Modelo de cadeia produtiva gerida por um Conselho Regulador: Caso do Conselho regulador do cordeiro “Herval Premium”. In: OLIVEIRA, G. J. C; BARBOSA, J. A.; ZACHARIAS, F. (ed.) ENCONTRO DE CAPRINO-OVINOCULTORES DE CORTE DA BAHIA, 3, 2003, Salvador, BA. **Anais...** Salvador: Associação dos Criadores de Caprinos e Ovinos da Bahia, 2003, p. 40-45.

CORREIA, R. C.; MOREIRA, J.N.; ARAÚJO, J.L.P. et al. **Cadeia produtiva de caprinos-ovinos do vale do rio Gavião: elementos para tomada de decisão**. Petrolina-PE: Embrapa Semi-Árido; Salvador: CAR, 2001. 39p.

DANTAS, A. Posição dos abatedouros dentro de um programa nacional de ovino-caprinocultura. In: MIZUTA, K.; SILVEIRA, M.A.; COUTO, F.A.D. et al. **Apoio à cadeia produtiva da ovinocaprinocultura brasileira: Relatório Final**. Brasília, DF: CNPq. 2001. pág. 34 a 40.

DIAGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA AGROINDUSTRIAL DA CAPRINO-OVINOCULTURA DO RIO GRANDE DO NORTE. Natal: SEBRAE/SINTEC, 2001. v. 3. 145 p.

DIAGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA DA OVINOCAPRINOCULTURA PIAUIENSE. Teresina: SEBRAE/PI, 2003. 116 p.

HOLANDA JUNIOR, E.V. **Estudo da cadeia produtiva da caprino-ovinocultura na Bahia: relatório parcial**. Petrolina: s. ed. 2003. 30 p. (Relatório de pesquisa elaborado para o SEBRAE/BA - pesquisa em andamento, mimeo).

LEITE, E.R. Ovinocaprinocultura: A Modernização do Agronegócio. Disponível em <www.capritec.com.br>. Acesso em: 01 ago. 2003.

LOMBARDI, M.F.S.; MOORI, R.G.; SATO, G.S. Estudo de mercado para produtos orgânicos através de análise fatorial. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41, 2003, Juiz de Fora, MG. **Anais...** Juiz de Fora: SOBER, 2003, CD-ROM.

MARTINS, E. C. A carne caprina na globalização. Disponível em <www.capritec.com.br>. Acesso em: 01 ago. 2003.

MIZUTA, K.; SILVEIRA, M.A.; COUTO, F.A.D. et al. **Apoio à cadeia produtiva da ovinocaprinocultura brasileira: Relatório Final**. Brasília: CNPq. 2001. 55 p.

MONTEIRO, R.P. A regulamentação do Programa Nacional de Melhoria da Qualidade do Leite (PNQL), a agricultura familiar e o mercado informal: avaliação dos possíveis impactos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41, 2003, Juiz de Fora, MG. **Anais...** Juiz de Fora: SOBER, 2003, CD-ROM.

MOREIRA, J.N.; CORREIA, R.C.; ARAÚJO, J.R. de et al. **Estudo do circuito de comercialização de carnes de caprinos e ovinos no eixo Petrolina-PE/Juazeiro-BA**. Petrolina: Embrapa CPATSA, 1998. 37 p. (Documentos).

NASCIMENTO, C.A. Uma hipótese para o não crescimento da pluriatividade intersetorial no rural nordestino, nos anos 90. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41, 2003, Juiz de Fora, MG. **Anais...** Juiz de Fora: SOBER, 2003, CD-ROM.

PESQUISA SOBRE CONSUMO E COMERCIALIZAÇÃO DE CARNES DE CAPRINO E OVINO EM SALVADOR. Salvador: SEBRAE/BA. s.d. 55 p.

SARTO, F. M.; MIRANDA, S.H.G;BRISOLARA,C.S. Análise dos impactos econômicos da implementação do Sistema de Identificação e Certificação de Origem Bovina e Bubalina no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41, 2003, Juiz de Fora, MG. **Anais...** Juiz de Fora: SOBER, 2003, CD-ROM.

SILVEIRA, L.; PETERSEN, P.; SABOURIN, E. (org.) **Agricultura familiar e agroecologia no semi-árido: avanços a partir do Agreste da Paraíba**. Rio de Janeiro: AS – PTA, 2002. 356 p.

SOUSA FILHO, E. E.; MASCARENHAS, G.C.C. A comercialização de carne de caprinos e ovinos em Jequié - BA. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 39, 2001, Recife, PE. **Anais...** Recife: SOBER, 2001, CD-ROM.