

Subsídios para o Fortalecimento do Agronegócio da Caprino-Ovinocultura no Semi-Árido Brasileiro

Clóvis Guimarães Filho

Mestre em Produção Animal pela University of Arizona (EUA); chefe adjunto de pesquisa e desenvolvimento (P & D) da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) Semi-Árido

Rebert Coelho Correia

Mestre em Economia Rural pela Universidade Federal de Viçosa (UFV) e pesquisador da Embrapa Semi-Árido

1 - INTRODUÇÃO

Segundo CAMPOS (1999), o mercado para produtos da caprino-ovinocultura no Nordeste é crescente e apresenta uma demanda anual insatisfeita estimada em cerca de 24 mil toneladas. As dificuldades para atendimento desse mercado potencial por parte dos caprino-ovinocultores são enormes e exigem esforços de vários matizes.

De uma maneira simplificada, pode-se afirmar que os baixos padrões de produtividade dos sistemas de caprinos e ovinos no semi-árido são decorrência da conjunção do nível rudimentar de tecnologia utilizado com uma escassa e deficiente assistência técnica, resultando em elevadas perdas reais e potenciais. Como decorrência, na imensa maioria das unidades produtivas o resultado final resume-se a uma oferta limitada, irregular e de baixa qualidade, alcançada a custos unitários não competitivos. A situação é afetada negativamente, também, pelo baixo nível de capacitação gerencial do produtor, por seu débil nível de organização e, na maior parte dos casos, pela limitada superfície agrícola disponível. Também os segmentos transformador e distribuidor apresentam acentuadas deficiências em sua estrutura e, em muitas áreas, são até inexistentes. Tudo isso acarreta acesso limitado dos produtores ao crédito e a outros serviços de apoio e uma desarticulação entre os distintos segmentos da cadeia produtiva, pontos fundamentais para o sucesso do agronegócio.

Um programa voltado para reverter essa situação deve basear suas ações na busca da mo-

dernização do padrão tecnológico dos sistemas produtivos da caprino e da ovinocultura e no estabelecimento de uma nova relação com o mercado. Contudo, de quase nada adianta melhorar o nível tecnológico da exploração se os produtores não adotarem, simultaneamente, técnicas gerenciais e organizativas que lhes permitam reduzir seus custos unitários e elevar o valor de venda de seus produtos. Capacitação e organização são as palavras-chave para atingir estas metas.

O objetivo final de qualquer programa para a pequena produção de base familiar, como a caprino-ovino-cultura do semi-árido, deve estar assentado na busca do desenvolvimento integrado. A integração com os demais atores da cadeia produtiva é o instrumento que pode permitir aos produtores cumprir com o requisito básico para o sucesso do agronegócio: oferecer ao mercado, regularmente, um produto de qualidade a um preço competitivo. Esta integração poderia se fundamentar na criação de espaços ou estruturas adequadas ao diálogo e à negociação entre produtores e demais componentes da cadeia produtiva, e no estabelecimento de estímulos para que as agroindústrias (abatedouros-frigoríficos e curtumes) assumissem ou participassem efetivamente das tarefas de capacitar e transferir inovações tecnológicas e gerenciais aos caprino-ovino-cultores.

2 - AS AÇÕES DEMANDADAS

Segundo GUIMARÃES FILHO (1999), o fortalecimento dessa atividade no Nordeste deve passar, prioritariamente, pela implementação das seguintes ações, direcionadas, com maior ou menor ênfase, para os segmentos produtor, processador ou distribuidor, de acordo com as necessidades identificadas:

- validação e transferência de inovações tecnológicas;
- organização profissional e social do produtor;
- capacitação tecnológica e gerencial;

- apoio à comercialização e à valorização dos produtos.

Outras ações importantes incluem a adequação da infra-estrutura local de apoio (estradas, energia rural, telefonia, escolas rurais, etc.) e a interação da cadeia produtiva com outras atividades, agrícolas e não-agrícolas.

No aspecto mais diretamente ligado ao agronegócio, as quatro ações acima devem buscar a plena ocupação dos espaços de valorização e competitividade dos produtos caprinos e ovinos junto aos mercados regional e nacional, a integração equitativa entre os diversos atores da cadeia produtiva (fornecedores de insumos, abatedouros, curtumes, supermercados, restaurantes especializados) e maior acesso às políticas públicas de apoio à atividade.

As ações de validação e transferência de tecnologia visam à mudança do padrão tecnológico dos sistemas produtivos de caprinos e ovinos, assegurando maior eficiência ao processo e melhor qualidade aos produtos.

Somente organizados os produtores serão capazes de buscar uma redução gradual da dependência externa de suas unidades produtivas, por meio da criação de seus próprios serviços de apoio, da compra conjunta de insumos, da comercialização conjunta de seus produtos, de investimentos e uso conjunto de bens, do beneficiamento e incorporação de valor agregado à produção, criando condições para viabilizar a economia de escala e propiciar um maior poder de barganha – tudo isso necessário a uma maior competitividade no mercado.

A capacitação, por sua vez, além de ampliar os conhecimentos e habilidades produtivas, elevando a produtividade e melhorando o desempenho, pode induzir mudanças de atitudes e valores, fortalecendo, no produtor, a autoconfiança, ampliando suas aspirações e estimulando-o a assumir maiores responsabilidades.

No contexto do agronegócio da caprino-ovino-cultura do semi-árido, as interações da unidade

produtiva com o meio externo devem ser prioritariamente consideradas, já que constituem a base para consolidar o processo de verticalização, essencial à otimização dos seus resultados econômicos. Dentro desta visão, algumas ações recomendadas de apoio à valorização e à comercialização dos produtos caprinos e ovinos poderiam incluir:

- definição do projeto técnico-mercadológico mais adequado às condições locais ou regionais, tendo como enfoque a criação de produtos associados a uma identidade territorial;
- melhoria das condições higiênico-sanitárias de produção, transformação e comercialização dos produtos, buscando sua adequação gradual aos padrões mínimos exigidos pela legislação;
- estabelecimento de instrumentos regulamentares de certificação da qualidade dos produtos;
- campanha promocional para aumento do consumo dos produtos, processados ou não;
- apoio efetivo à comercialização dos produtos, pela criação de uma rede de “pontos de comercialização”;
- estabelecimento de parcerias visando uma maior eficiência na compra, produção, transformação e venda, envolvendo o caprino-ovinocultor com os segmentos localizados a montante e a jusante do processo produtivo;
- ações político-institucionais voltadas para a viabilização de condições mais adequadas e específicas de crédito para o segmento;
- adequação das legislações fiscal, tributária e sanitária, de acordo com o produto caprino ou ovino considerado (carne, leite, pele).

A definição e concepção técnica de um projeto mercadológico que agregue valor ao produto é o passo decisivo que abrange toda uma estratégia de ações, desde a escolha da espécie e da raça até o produto final que se quer na mesa

da dona-de-casa. A definição do projeto deve ser subsidiada por estudos prévios de mercado, incluindo o conhecimento dos circuitos atuais de comercialização (com informações mais precisas sobre volumes, épocas, qualidade, destinos, preços e formas de pagamento, competidores e outros aspectos relacionados aos produtos) e dos espaços de valorização e competitividade dos produtos. Neste aspecto, é fundamental a valorização dos produtos locais, podendo residir aí o potencial maior. Identificar e valorizar as especificidades locais pode constituir o contraponto mais eficiente dentro do processo de globalização.

Definido o projeto técnico-mercadológico, faz-se necessário que a organização de produtores, com o apoio dos organismos técnicos, institua o “manual de procedimentos”, onde seriam estabelecidos todos os procedimentos de criação, de transformação e de comercialização (embalagem, certificação, transporte, estocagem) exigidos para que o produtor associado, o agente processador ou o agente distribuidor possa aderir ao projeto e comercializar o produto dentro dos padrões previstos.

A base do sucesso do agronegócio é, antes de tudo, a qualidade do produto. Não há como falar em agronegócio da caprino-ovinocultura sem que se procure, antes, resolver o problema mais elementar de qualidade: higiene na sua produção, transformação e comercialização. Mais de 90% do abate de caprinos e ovinos no semi-árido são feitos sem as mínimas condições de higiene e sem qualquer tipo de inspeção sanitária. O equacionamento e a solução deste problema são medidas estratégicas de alta relevância para o agronegócio dessa atividade na região, não apenas no que diz respeito à oferta de um produto saudável para o consumo da população mas, também, para a melhoria das condições de competitividade dos produtos legalmente processados e comercializados que começam a proliferar. É difícil para estes competir com os baixos custos dos processos informais predominantes na região.

A implementação de um processo de certificação de produtos caprinos e ovinos regionais, que já acontece de forma incipiente (ENCONTRO, 1997), é uma necessidade que se impõe para o sucesso da atividade como um agronegócio. O importante é que se parta, desde o início, para produtos diferenciados, cuja certificação de qualidade possa se tornar o elemento decisivo para o êxito do empreendimento.

Uma campanha promocional, abrangendo especialmente as zonas metropolitanas, seria um valioso instrumento estratégico para alavancar o consumo e, conseqüentemente, a demanda dos produtos caprinos e ovinos regionais nos grandes centros urbanos. Há, contudo, um elemento de risco, se considerarmos que, para quase todos os produtos caprinos e ovinos, não há ainda uma oferta qualitativa e, em certas épocas, nem mesmo quantitativa, suficiente para atender a uma eventual resposta positiva de uma campanha como essa. A publicidade deve também tentar explorar a identidade territorial dos produtos, valorizando-os como produtos específicos de um determinado ecossistema e associando-os a uma “cultura regional” que deve ser preservada e valorizada na forma de uma economia sustentável (ao contrário de outros, o produto regional está fundamentado em um território, em uma história; é perene e não uma simples resposta a um “modismo”).

Para ocupar gradativamente o espaço de difusão do produto prevista para cada etapa do desenvolvimento da atividade, é fundamental a criação e consolidação de “pontos-de-venda”, para comercialização direta, junto aos consumidores, dos produtos ofertados pelos caprino-ovinocultores. A difusão de uma rede do tipo “quiosques do produtor” junto a locais estratégicos de venda (feiras, supermercados, etc.), de sucesso comprovado no Programa de Verticalização em Produção (Prove), do governo do Distrito Federal (CARVALHO, 1997), pode constituir uma boa alternativa para iniciar o processo.

A participação das prefeituras municipais pode ser decisiva nessa estratégia, já que a me-

renda escolar pode se tornar instrumento de garantia da comercialização dos produtos e de indução da melhoria do nível tecnológico da atividade, sem mencionar as vantagens da permanência dos recursos financeiros na própria região. Do mesmo modo, os programas federais e estaduais de suplementação alimentar das populações carentes, bem como as aquisições governamentais institucionais (hospitais, creches, presídios, etc.), podem se constituir em importantes espaços de comercialização para os produtos da caprino-ovinocultura, dentro de um processo inicial de “alavancagem” de vendas. O importante é que essa estratégia não torne a atividade excessivamente dependente destes “espaços”.

Outras práticas visando fortalecer o processo de comercialização da caprino-ovinocultura devem ser implementadas, inclusive com a participação inicial da pesquisa e da extensão. Entre essas podem ser citadas as “vendas conjuntas” e os “circuitos alternativos”.

Como complemento, deve ser instituído um serviço que garanta o acesso permanente dos produtores às informações atualizadas de mercado (movimentação e preços dos produtos e dos insumos relacionados), o que poderia acelerar e dar maior segurança ao processo de negociação.

O fortalecimento das relações de parceria dos produtores de caprinos e ovinos com seus fornecedores de insumos e com os compradores, processadores e distribuidores dos seus produtos é a estratégia mais recomendável para a consolidação de um processo de aumento de eficiência de produção, de melhoria da qualidade dos produtos e de uma distribuição mais equitativa dos benefícios do agronegócio entre os diversos atores da cadeia.

O uso da agroindústria como indutora da mudança do padrão tecnológico (SCHEJTMAN, 1994) é perfeitamente possível para alguns produtos caprinos e ovinos, apesar da debilidade geral dos segmentos da cadeia produtiva. Os segmentos transformadores e distribuidores mais modernos tecnologicamente e mais fortes eco-

nomicamente poderiam constituir a base inicial do exercício dessa estratégia, cujo instrumento incluiria a prática de preços diferenciados, em função da qualidade do produto. As peles poderiam ser uma boa alternativa inicial.

O crédito oficial para a região semi-árida, na prática, tem sido relativamente escasso, muito burocratizado e inadequado às circunstâncias dos produtores de base familiar, apesar de uma já visível melhoria obtida com o advento do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). O ainda baixo percentual de agricultores familiares contemplados pelo crédito oficial, em relação ao seu número total em cada região, atesta essa assertiva. Por ser o crédito considerado o principal insumo para o desenvolvimento do agronegócio da caprino-ovicultura, impõem-se ações urgentes no sentido de ampliá-lo e transformá-lo em efetivo instrumento estimulador da eficiência técnica e gerencial da atividade.

A adequação qualitativa do crédito se basearia em uma maior compatibilidade dos seus juros e prazos com o processo biológico-produtivo das espécies caprina e ovina, bem como em cada ambiente peculiar. A seca não pode mais continuar a ser considerada como uma anormalidade.

Analogamente ao crédito, existem gargalos nas legislações fiscal, tributária e sanitária que podem impedir ou limitar decisivamente o processo de desenvolvimento, não apenas da caprino-ovicultura, mas de toda a atividade agrícola de base familiar do País (KRETZER, 1997). Eles precisam ser identificados, equacionados e enfrentados. Embora a maioria das demandas desse tipo não possa ser resolvida em nível local, é importante a formação e a participação das associações locais, apoiando o esforço que se desenvolve nesse sentido em nível nacional. A criação de grupos de trabalho junto às câmaras municipais e às assembleias legislativas para identificar os principais gargalos e estudar propostas de criação, alteração e aplicação desses instrumentos legais deve ser fortemente estimulada.

3 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da fragilidade da pecuária do semi-árido como agronegócio, pode-se ainda observar, localmente, fenômenos de competição entre circuitos curtos tradicionais e artesanais e circuitos longos industrializados, como nos casos da carne e dos queijos (TONNEAU, CLOUET & CARON, 1997). Combustível para uma competição mais equitativa pode ser fornecido por um programa de apoio agressivo e abrangente, capaz de consolidar e ampliar os espaços de mercado ocupados pelos produtos caprinos e ovinos regionais.

A efetivação da maior parte das medidas demandadas para isso exige, contudo, o apoio decisivo de um outro ator, a pesquisa. Por meio de projetos de P&D, as instituições de pesquisa devem redirecionar seus esforços no sentido de subsidiar mais eficientemente esse processo de mudança tecnológica e gerencial na caprino-ovicultura, aportando informações relacionadas não apenas às tecnologias de produção propriamente ditas mas, também:

- ao pleno conhecimento das cadeias produtivas de caprinos e ovinos, abrangendo sua caracterização, funcionamento e as relações entre seus diversos componentes;
- ao desenvolvimento de práticas voltadas para a incorporação de valor agregado aos diversos produtos e subprodutos da caprino-ovicultura, por meio de seleção de animais, tipificação de carcaças, cortes especiais, formas de acondicionamento ou processamento industrial, nos níveis de unidade produtiva, comunidade ou agroindústria;
- à identificação de novas oportunidades de mercado e de estratégias e canais alternativos de comercialização, que permitam a redução da cadeia de intermediação e propiciem um maior poder de barganha ao caprino-ovicultor no processo de comercialização.

Os enormes déficits atual e potencial de produtos caprinos e ovinos no Nordeste e no Brasil,

registrados por CAMPOS (1999), só poderão ser enfrentados mais objetivamente por meio de programas públicos de apoio fundamentados nessas informações. Os programas públicos de apoio à atividade que começam a se desenhar se mostram ainda bastante dispersos e limitados no que tange à profundidade e abrangência das ações.

4 - BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

CAMPOS, R.T. Uma abordagem econométrica do mercado potencial de carne de ovinos e caprinos para o Brasil. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 30, n. 1, p. 26-47, 1999.

CARVALHO, J.L.H. de. Agroindústria no Distrito Federal. In: ENCONTRO SOBRE A AGROINDÚSTRIA DE PEQUENO PORTE DO NORDESTE, 1., 1997, Petrolina, PE. **Anais ...** Petrolina, PE: Embrapa, 1997. p. 93-97.

ENCONTRO SOBRE AGROINDÚSTRIA DE PEQUENO PORTE DO NORDESTE, 1., 1997, Petrolina, PE. **Anais ...** Petrolina, PE: Embrapa, 1997. 153 p.

GUIMARÃES FILHO, C. Uma proposta de linhas básicas de ação para o desenvolvimento da caprino-ovicultura no pólo Juazeiro-Petrolina. In: ENCONTRO DO AGRONEGÓCIO DA CAPRINO-OVINOCULTURA, 1., 1999, Petrolina, PE. **Anais ...** Petrolina, PE: Embrapa, 1999. p. 194-221.

KRETZER, N. (Coord.). **Fórum nacional da agricultura: grupo temático agricultura familiar**. Florianópolis: [s.n.], 1997. 16 p.

SCHEJTMAN, A. Agroindustria y transformación productiva de la pequeña agricultura. **Revista de la Cepal**, v. 53, p. 147-157, 1994.

TONNEAU, J.P., CLOUET, Y., CARON, P. L'agriculture familiale au Nordeste (Brésil): une recherche par analyses spatiales. **Natures, Sciences, Sociétés**, v. 5, n. 3, p. 39-49, 1997.

Recebido para publicação em 27.JUN.2000.