

10

Mercado e Comercialização dos Produtos da Caprinocultura e Ovinocultura de Corte

Espedito Cezário Martins

Alcido Elenor Wander

Francisco Selmo Fernandes Alves

Hévila Oliveira Salles Figueiredo

José de Jesus Sousa Lemos

Raimundo Nonato Braga Lôbo

Raymundo Rizaldo Pinheiro

447 O que é mercado?

Entende-se por mercado uma área de influência onde os interessados em manter relações comerciais efetuam trocas entre si. Do ponto de vista conceitual, o termo mercado representa mais do que simplesmente o ambiente físico, englobando os diferentes processos, por meio dos quais se transfere a propriedade dos bens (produtos e serviços).

Normalmente, entendido como um local específico onde compradores e vendedores se encontram, como nas centrais gerais de abastecimento, o mercado também pode ser visto como uma região (o mercado nordestino de carnes caprina e ovina, por exemplo), ou como a área de influência de um determinado produto.

448 Qual o tamanho do mercado internacional de carne de caprinos e ovinos?

Segundo dados da Food and Agriculture Organization (FAO), em 2002, as exportações mundiais de carne fresca ovina somaram 841.862 t, ao passo que as de carne caprina foram de 23.766 t. Ainda, conforme a FAO, em 2002 o mercado mundial importou 833.550 e 27.199 t de carne fresca de ovinos e caprinos, respectivamente.

449 Quais os principais países exportadores de carne caprina e ovina?

Os principais países exportadores de carne fresca ovina são, pela ordem, Nova Zelândia, Austrália, Irlanda, Reino Unido, Espanha e Bélgica. Somente a Nova Zelândia e a Austrália responderam por 73,8%, isto é, 621.341 t das exportações mundiais realizadas em 2002.

No tocante à carne caprina, os principais exportadores são Austrália, China, França, Nova Zelândia e Etiópia, porém, apenas a Austrália responde por 58% das exportações mundiais, o que representa 13.773 t.

450

Quais os principais países importadores de carnes caprina e ovina?

Os principais países importadores de carne fresca ovina são, pela ordem, França, Reino Unido, Estados Unidos, China, México e Arábia Saudita que, juntos, responderam por 54,1% das importações mundiais em 2002. No tocante à carne caprina, Estados Unidos, China, Hong Kong, Itália, Canadá e França foram responsáveis por 71,4% de todas as importações mundiais, em 2002.

451

Como está distribuído o rebanho de caprinos no Brasil?

O rebanho caprino brasileiro é estimado em cerca de 9.428.622 cabeças e está espalhado por todo o País. No entanto, essa distribuição não é uniforme. Conforme os dados registrados pelo IBGE, em 2002, a maior concentração de animais encontrava-se na Região Nordeste (93,2%), vindo a seguir as Regiões Sudeste (2,2%), Sul (2,1%), Norte (1,5%) e Centro-Oeste (1,0%). Dentre os estados, destacam-se a Bahia, com 38,0% do rebanho brasileiro, Pernambuco, com 15,8%, o Piauí, com 15,3%, e o Ceará, com 8,9%.

452

Como está distribuído o rebanho de ovinos no Brasil?

O rebanho ovino brasileiro é estimado em cerca de 14.287.157 cabeças e, assim como o rebanho de caprinos, está espalhado por todo o País. Conforme dados de 2002, a maior concentração de animais encontrava-se na Região Nordeste (56,1%), vindo a seguir as regiões Sul (32,8%), Centro-Oeste (5,3%), Sudeste (3,2%) e Norte (2,6%). Dentre os estados produtores, destacam-se o Rio Grande do Sul, com 27,6% do rebanho brasileiro, a Bahia, com 18,7%, o Ceará, com 12% e o Piauí, com 10%.

453

Qual o tamanho real do mercado interno de caprinos e ovinos?

No Brasil, as estatísticas sobre o consumo de carne caprina e ovina são extremamente deficientes. A grande maioria dos abates de animais ainda acontece de forma clandestina, sem qualquer tipo de inspeção. O número de frigoríficos especializados no abate de caprinos e ovinos ainda é considerado muito pequeno. Esses fatores não permitem que se possam fazer estimativas confiáveis sobre o tamanho real do mercado brasileiro para as carnes caprina e ovina.

Entretanto, algumas pesquisas dão conta de que o consumo dessas carnes é de 1,5 kg habitante/ano. Considerando que, em 2004, a população brasileira era de 182 milhões de habitantes (estimativa do IBGE), teríamos um consumo de 273 mil toneladas desses produtos por ano. Alguns indicadores, entretanto, apontam que até 50% desse consumo é de carne ovina importada. Percebe-se, assim, que há uma demanda não atendida pelo mercado produtor interno.

454

Existem estatísticas sobre o abate de caprinos e ovinos?

Estima-se que em todo o Nordeste o abate formal (oficial, com inspeção) representa apenas 1,2% do número total de animais abatidos. Os dois maiores abatedouros de caprinos e ovinos estão localizados em Natal, RN, e em Petrolina, PE, com capacidade de abater 1.000 e 600 animais, respectivamente, por dia.

Esses frigoríficos não estão utilizando toda sua capacidade instalada, em Natal apenas 15% da capacidade instalada está sendo utilizada, ao passo que em Petrolina apenas 11% vem sendo utilizada.

455

Como o mercado mundial de peles de ovinos está distribuído?

Em 2002, Nova Zelândia e África do Sul foram os dois maiores exportadores líquidos de peles de ovinos, os valores de suas

exportações superaram as importações em 100 e 40 milhões de dólares, respectivamente. Reino Unido, Irã, Austrália e Estados Unidos também se destacaram como exportadores líquidos de peles ovinas em 2002.



Quanto à participação do Brasil no mercado internacional, em 2002 o valor de suas exportações de peles superou as importações em US\$ 1.000,00. Itália e Coréia do Sul são os países que apresentam os maiores déficits nas balanças comerciais do produto, visto que os valores de suas importações, em 2002, superaram as exportações em 146 e 50,4 milhões de dólares, respectivamente. Ainda como importadores líquidos de peles ovinas destacaram-se, em 2002, Turquia, China, Índia e Tunísia.

456

Como o mercado interno de peles de caprinos e ovinos está distribuído?

De modo geral, assim como ocorre com o segmento de carne, as estatísticas oficiais sobre a comercialização de peles de caprinos e ovinos são muito incipientes, não refletindo a realidade do mercado. No ano de 2000, foram abatidos 135 mil caprinos e ovinos, no Brasil. No entanto, foram processadas 5 milhões de peles, nos curtumes. Esses dados corroboram a afirmativa de que existe elevado número de abates clandestinos.

457

Qual a qualidade das peles comercializadas no Brasil?

Normalmente, as peles de caprinos e ovinos comercializadas no Brasil são de baixa qualidade. Assim, do total de peles ovinas classificadas na Região Nordeste, apenas 3% podem ser consideradas

de primeira categoria. A grande maioria (66%) é classificada como peles de quarta categoria. Do total de peles classificadas, 5% e 6% são consideradas de segunda e terceira categorias, respectivamente, porém 20% são considerados refugo.

458 Existe mercado para o pêlo de caprinos, no Brasil? E no exterior?

Tanto no Brasil como no exterior existe um mercado potencial para o pêlo de caprinos, do qual são fabricados escovas, pincéis e cordas. O pêlo mais apreciado é o dos cabritos, principalmente dos castrados, porque são mais abundantes e longos. As cabras, assim como os bodes, produzem pêlos até os 7 anos de idade, mas a qualidade é inferior em relação à dos animais jovens.

459 O que é cadeia produtiva?

Cadeia produtiva é o conjunto de todos os integrantes do processo produtivo, incluindo os insumos básicos, o processamento, a distribuição e a comercialização, até atingir o consumidor final. Portanto, o conceito de cadeia produtiva representa a integração do processo produtivo como um todo. Os diversos integrantes são chamados de elos da cadeia, onde cada elo interage com os demais. Para que a cadeia produtiva possa funcionar harmonicamente, é necessária a eliminação de obstáculos ou gargalos.

460 O que é agronegócio?

Agronegócio, *agribusiness*, ou complexo agroindustrial, são termos utilizados para designar o conjunto de atividades relacionadas a um produto de origem agropecuária que, em geral, é uma *commodity*, como, por exemplo, carne de caprinos e ovinos, leite de cabra e ovelha, cana-de-açúcar, entre outros produtos. O agronegócio

abrange desde a produção de insumos, a produção primária (carne e peles), o abate e o processamento até a distribuição e o consumo.

No Brasil, as atividades ligadas ao agronegócio movimentam um terço da renda gerada no País, respondendo pela geração de mais de um terço dos postos de trabalho.

461 E o que significa a palavra *commodity*?

Esse termo inglês significa “mercadoria”. No vocabulário utilizado nas relações comerciais entre os países, o termo é utilizado para designar um tipo particular de mercadoria comercializada em estado bruto, ou seja, sem qualquer atributo que o diferencie dos demais produtos de mesma origem. Por exemplo, as carnes de caprinos e ovinos são *commodities*, mas a carne de sol do Seridó é um produto diferenciado com valor agregado.

462 O que se entende por comercialização?

A comercialização pode ser entendida como um conjunto de funções ou atividades de transformação e de adição de utilidade, pelas quais bens e serviços são transferidos dos produtores aos consumidores finais, na época e no lugar que eles desejam. Portanto, a comercialização envolve várias etapas, como transporte, classificação, limpeza, padronização, estocagem, entre outras, até chegar ao nível das transações entre agentes econômicos, que tanto podem ser pessoas físicas como entes jurídicos.

463 Como é realizada a comercialização das carnes de caprinos e ovinos?

Em geral, no Nordeste brasileiro, a comercialização das carnes de caprinos e ovinos caracteriza-se por canais de comercialização informais, em zonas rurais e pequenas cidades, com pouca participação de agroindústrias (frigoríficos) e de pontos comerciais formais.

Entretanto, o desenvolvimento de alguns pólos econômicos na região Semi-Árida, como o de Petrolina, em Pernambuco, e o de Juazeiro, na Bahia, tem estimulado investimentos públicos e privados na atividade, com o surgimento de novas explorações e de pontos de venda com características empresariais.

464 Quais são as instituições ou indivíduos envolvidos na comercialização?

De forma geral, a comercialização é realizada por todos os elos da cadeia quando vendem seu produto. Especificamente, além dos produtores e consumidores, estão envolvidos no processo de comercialização os intermediários, as organizações auxiliares, como bolsas, mercados públicos, centrais de abastecimento, companhias de seguro, de transporte e logística, agências de propaganda, indústrias de transformação, entre outros.

465 O que se entende por canal de comercialização?

Canal de comercialização é o caminho percorrido pela mercadoria desde o produtor até chegar ao consumidor final, ou seja, é a seqüência de mercados pelos quais passa o produto, desde sua produção até chegar à região em que será consumido.

466 Quais são os tipos de canais de comercialização?

Os canais de comercialização são classificados com base em sua extensão e complexidade. Os tipos mais comuns são:

- O produtor vende diretamente ao consumidor.
- As operações de comercialização são divididas entre o produtor e terceiros. O tipo de canal de comercialização em que o produtor vende seu produto diretamente ao consumidor é o mais curto.

Quando o processo de comercialização envolve terceiros, tem-se maior complexidade e maior extensão do canal de comercialização.

Quanto mais desenvolvida a economia, mais complexos serão os canais de comercialização.

467 O que se entende por margem de comercialização?

A margem de comercialização pode ser definida como a diferença entre o preço pago pelo consumidor final e o preço recebido pelo produtor. O tamanho da margem varia de produto para produto e de ano para ano. Assim, produtos perecíveis, como carne e leite, exigem refrigeração e outros tratamentos especiais, que são relativamente onerosos, tanto na etapa de estocagem como na de transporte, e, por isso, tendem a apresentar maior diferença entre o preço pago pelo consumidor e o recebido pelo produtor. A margem de comercialização é realizada de forma desigual pelos diferentes elos da cadeia produtiva.

468 O que significa a globalização e como ela pode influenciar a unidade produtiva?

Por globalização entende-se o conjunto de ações políticas, econômicas e culturais que objetivam a integração do mundo e do pensamento em um só mercado. Um só mercado significa comprar insumos e vender produtos num mercado único, "sem" fronteiras entre países. A produção de carnes, peles e derivados de pequenos ruminantes domésticos depende,



muitas vezes, da compra de insumos oriundos de outras regiões ou países, e o destino da produção pode vir a ser outro país. Assim sendo, as variações de oferta e demanda de insumos em um país influenciam diretamente os preços que o produtor precisa pagar por esses insumos aqui no Brasil.

Todavia, flutuações de produtos no mercado em determinados países podem significar queda ou aumento de preços e novas oportunidades de negócio para o produtor brasileiro. As variações de preços de insumos e produtos também podem acontecer em decorrência da oscilação no valor das moedas em relação ao dólar.

469 De que forma a globalização afeta as relações comerciais entre os países?

A globalização parte do princípio do livre mercado, segundo o qual as quantidades transacionadas e os preços praticados são definidos pela estrutura de demanda e oferta internacionais da *commodity*. Na perspectiva da globalização, toda e qualquer barreira ao livre mercado deve ser eliminada.

Entretanto, nas economias industrializadas da Europa e dos Estados Unidos essas regras não são seguidas integralmente, tendo em vista que nesses países é comum a prática de subsidiar produtos de todos os setores, inclusive do agropecuário. Assim, os produtos oriundos de países que subsidiam pesadamente o setor agropecuário tornam-se mais competitivos no mercado internacional.

470 De que maneira a globalização afeta o agronegócio da caprino-ovinocultura?

A globalização da economia gera conseqüências positivas e negativas para o agronegócio da caprinocultura e da ovinocultura de corte. Entretanto, acredita-se que, de modo geral, os benefícios superam os prejuízos, já que a integração aumenta as possibilidades de expansão dos mercados consumidores.

Os novos mercados consumidores, entretanto, são bem mais exigentes em termos de qualidade e de normas de comercialização, forçando os agentes da cadeia produtiva da caprinocultura e da ovinocultura de corte a melhorar o padrão de tecnologia empregada em seus diversos níveis.

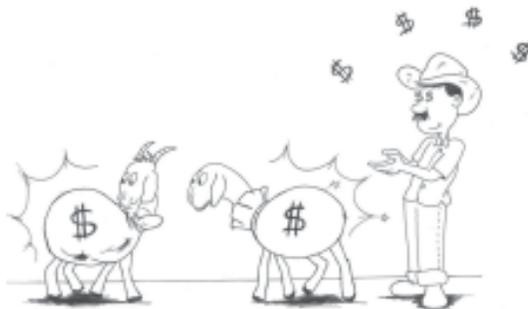
471 Quais são os principais elos da cadeia produtiva de caprinos e ovinos de corte no Nordeste?

A cadeia produtiva de caprinos e ovinos de corte no Nordeste, assim como no Brasil e no resto do mundo, é muito complexa. De maneira geral, os segmentos que compõem essa cadeia são:

- Os fornecedores de insumos, máquinas e equipamentos.
- Os produtores.
- Os processadores (abatedouros, frigoríficos e curtumes).
- Os distribuidores.
- Os consumidores.

472 Como é possível agregar valor ao produto?

A agregação de valor é obtida em todos os elos da cadeia produtiva. Na produção primária, a qualidade do produto é uma das principais ferramentas para a agregação de valor, gerando produtos de qualidade superior à média dos



outros produtores. Com isso, poder-se ter acesso a mercados consumidores mais exigentes, principalmente se forem adotadas boas práticas nos sistemas de produção. A adoção de práticas de manejo, como a estação de monta, favorece a oferta de maior número de animais, o que significa escala de produção com padronização, ou

seja, características semelhantes no tocante à idade, sexo e peso, permitindo melhor remuneração pelos abatedouros-frigoríficos.

Além disso, a oferta de animais saudáveis pode permitir remuneração adicional pela comercialização dos miúdos dos animais abatidos. Inclusive se as peles forem de boa qualidade, podem atingir melhores preços junto aos curtumes.

A agregação de valor tem vantagem adicional de reduzir a perecibilidade do produto agropecuário e de torná-lo mais atraente ao consumidor final, sem falar que durante o processo de agregação de valor, estimulam-se os avanços tecnológicos e empregam-se mais pessoas, aumentando assim a renda global associada a um produto agropecuário específico.

473 Como vender a produção de forma a ganhar mais dinheiro?

O produtor poderá obter um melhor desempenho do processo de produção quando vende o seu produto na época, na forma e no local adequados. Portanto, a produção tem que ser planejada para que na ocasião da venda os preços estejam atraentes e, os produtos oferecidos atendam às expectativas dos gostos e preferências dos consumidores.

Uma regra interessante diz respeito à agregação de valor aos produtos, tentando substituir a venda do animal em pé pela comercialização das peças já prontas e embaladas.

Outra regra interessante é o aproveitamento integral da exploração com a produção de derivados, como embutidos e defumados.

474 Como um pequeno produtor pode se inserir no mercado com as mesmas vantagens dos grandes produtores?

É preciso enfatizar a necessidade de investir em tecnologias e na organização da produção e da comercialização.

Organizando-se em associações de criadores e/ou cooperativas, o pequeno produtor pode aumentar seu poder de barganha

junto aos mercados de insumos e de produtos. Assim, os produtores têm maior poder de negociação tanto na compra de insumos como na obtenção de preços e de formas de comercialização mais atraentes para o produto final.



Além disso, quando reunidos em associações e/ou cooperativas, os produtores encontrarão melhores condições de avaliação e de troca de experiências, além de tornarem-se menos vulneráveis às oscilações do mercado.

475 Onde devem ser vendidos os animais?

As atividades agropecuárias voltadas para o mercado sempre devem ser precedidas de estudos de mercados potenciais e efetivos. De posse dessas informações, deve-se escolher o local ou os locais mais convenientes para efetuar as transações. Normalmente, deve-se procurar vender os animais em mercados onde os preços praticados sejam mais atraentes. As chances de bons negócios aumentam quando os animais são abatidos em abatedouros e frigoríficos, cujo abate inspecionado também agrega valor ao produto. Assim, vender os animais nesses locais pode ser uma alternativa viável, permitindo ao produtor receber um preço diferenciado por seu produto.

476 Como manter a fidelidade dos compradores?

Além da qualidade do produto e da regularidade na oferta e padrão do produto, deve-se, na medida do possível, incluir alguns atributos de sucesso como os pontos de venda adequados para os produtos, preços competitivos, diferenciação, escala de produção, baixo custo de produção, padronização e a marca, certificação dos

produtos, segurança alimentar, flexibilidade na compra, agilidade na entrega e respeito às leis de preservação ambiental.

477 Como funcionam os contratos de compra e venda?

As diversas formas de contratos e acordos formais e informais, como as parcerias e a integração vertical, permitem melhor planejamento do agronegócio, diminuindo os custos de transação e aumentando sua competitividade. Por exemplo, quando o produtor de caprinos e ovinos resolve assinar um contrato de compra e venda com um abatedouro-frigorífico, a tendência é que ambas as partes venham a ganhar com a transação. Se por um lado o produtor obriga-se a entregar uma quantidade determinada de animais ao abatedouro-frigorífico, durante certo período e com um padrão definido, por outro a agroindústria vai ter a certeza de que o fluxo de comercialização para seu produto está assegurado.

É desejável ainda que os contratos possuam preço de referência que assegurem ao produtor rentabilidade adequada. Deve, ainda, ser flexível o suficiente para permitir negociações quando ocorrerem eventos atípicos, como sazonalidade e intempéries, de forma que os laços de parceria na comercialização sejam de longo prazo.

478 Quais as razões que levam os diversos integrantes da cadeia produtiva a adotarem os contratos?

Os agentes da cadeia produtiva devem estar atentos às falhas de mercado, à interdependência tecnológica e à estrutura de mercado em seus aspectos de competitividade. Para as agroindústrias, como os frigoríficos, as razões para a adoção de contratos são as seguintes:

- As empresas preferem fornecedores fixos, facilitando o suprimento de matéria-prima.
- O suprimento contínuo permite manter uma economia de escala.
- As empresas processadoras precisam oferecer produtos em quantidade e qualidade requeridas pela demanda.

- A empresa prefere assumir compromissos com um número menor de agropecuaristas com maior escala de produção, de forma a reduzir os custos de transação.

Para o caprino-ovinocultor, as razões para a adoção de contratos são as seguintes:

- Facilidade de aumentar a produção a partir da introdução de tecnologia.
- Facilidade de assegurar orientação técnica.
- Redução dos riscos de flutuações nos preços, pois o mercado fica assegurado.
- Menor incerteza em adquirir e aplicar insumos.

Em geral, contratos bem elaborados e cumpridos na íntegra contribuem para a redução dos custos de transação para todos os integrantes da cadeia produtiva, além de prover previsibilidade para produtores e terceiros, criando oportunidade para planejar a produção e os investimentos.

479 Como são feitos os estudos de mercado?

Os estudos de mercado são feitos com base em informações de históricos recentes e das tendências de crescimento da renda dos consumidores, do produto que se está produzindo e dos produtos que lhes são complementares e concorrentes, ou seja, aqueles que os consumidores poderiam preferir ao invés de comprar derivados de caprinos e ovinos.

480 De que forma os estudos de mercado podem orientar os produtores de caprinos, ovinos e de seus produtos derivados?

No caso da produção de carnes de caprinos e ovinos, o estudo de mercado deve contemplar as flutuações dos preços das carnes de bovinos, suínos, aves e peixes, bem como as projeções futuras. Esses produtos competem com as carnes de caprinos e ovinos.

Se por acaso os preços de todos eles apresentarem tendência crescente, o produtor de caprinos e ovinos pode auferir lucros se tiver condições de comercializar seu produto a preços menores. Caso a tendência seja de queda nos preços desses itens, restam ao produtor duas possibilidades:

- Reter seu produto ou vender em quantidades reduzidas, apenas para manter a clientela.
- Tentar produzir a carne a um custo menor, o que implica em melhor tecnologia de exploração, melhores práticas de manejo, etc.

É sempre bom avaliar, via pesquisa, os possíveis nichos de mercado nos quais os produtores possam se inserir para ter bons resultados econômicos. É, também, boa medida o agrupamento em associações ou em cooperativas, pois será facilitada a contratação de assessorias de profissionais competentes para a condução de estudos de mercado, o que trará maior segurança para o produtor fazer os seus investimentos.

481

Que são mercados efetivos e mercados potenciais para caprinos, ovinos e derivados?

Mercados efetivos são aqueles onde já existe tradição em transações com determinado produto, onde já existe o hábito arraigado de consumo e de transação da mercadoria.

Mercado potencial é aquele que ainda não tem tradição de consumo do bem em questão, mas que já tem o hábito de fazer transações com substitutos próximos.

482

O que o produtor de caprinos e ovinos deve fazer para conquistar os mercados potenciais?

Deve fazer um trabalho prévio de divulgação do produto, inclusive estabelecendo promoções com exibição, ao vivo, de produtos prontos para o consumo. Isso pode ser feito em convênio

com supermercados, onde os produtores colocam estandes para a exposição e degustação. Essa estratégia é mais efetiva quando se conta com o talento e a assessoria de um bom *gourmet*. Essas degustações devem ser promovidas em dias e horas de grande movimentação. Naturalmente que os custos envolvidos no processo serão reduzidos se os produtores estiverem reunidos em associações e/ou cooperativas.



483 Como se deve proceder para minimizar as perdas no processo de comercialização dos animais?

É imprescindível que o produtor esteja sempre organizado e articulado, seja em associações de criadores e, preferencialmente, de cooperativas, bem como estar atento às informações sobre o mercado, e estabelecer estratégias de compra e venda conforme a época do ano.

484 Como reduzir os riscos e as incertezas na comercialização do produto?

Numa economia dinâmica e competitiva, riscos e incertezas são inevitáveis e, geralmente, ocasionados por deterioração física ou natural do produto (percebibilidade), por danificação no transporte, por mudanças na oferta ou procura, ou mesmo em razão de simples alterações de preços que podem ocorrer durante o processo de comercialização.

Normalmente, o mais afetado pelos riscos é o produtor que, entretanto, pode prevenir-se contratando um seguro ou orientando suas decisões. Os riscos também podem ser reduzidos caso o produtor tenha acesso às informações de mercado.

Recomenda-se ainda a formalização de contratos de compra e venda com abatedouros e frigoríficos, que estimulem a qualidade, a quantidade, a frequência de entrega e preços. Esse mecanismo é eficiente para minimizar riscos e aumentar a certeza de comercialização.

485 O que é mercado futuro?

O mercado futuro agropecuário é um mercado em que são transacionados contratos de produtos específicos, com preços determinados para uma data futura. Os mercados futuros representam uma forma eficaz de eliminação de um dos principais riscos da atividade agropecuária, decorrente da incerteza de preços em um tempo futuro, quando se dará a comercialização da produção.

No Brasil, a única bolsa de futuros agropecuários efetivamente ativa é a Bolsa de Mercadorias & Futuros (BM & F), localizada em São Paulo. No entanto, a BM & F ainda não negocia contratos futuros envolvendo caprinos e ovinos.

486 O que é mercado a termo?

O mercado a termo é uma forma de negociação em que o produtor acerta um preço antecipadamente e efetua a venda antes mesmo de dispor do produto acabado. Esse tipo de contrato pode ou não envolver adiantamento de recursos por conta da venda antecipada da produção. O ponto fundamental é que deve haver a entrega e o recebimento do produto mediante o preço combinado.

487 Quando e onde se devem comprar os insumos utilizados na atividade?

Os preços dos diferentes insumos e produtos têm curvas diferenciadas de distribuição durante o ano. Portanto, conhecer a curva de sazonalidade e os custos de armazenamento e transporte pode elevar os ganhos. Mais uma vez, as formas de organização de

produtores em grupos, associações e cooperativas, são uma alternativa razoável para a aquisição dos insumos por menores preços.

488

O que significa sazonalidade e quais seus efeitos sobre a comercialização?

A sazonalidade é a concentração de produção em determinada época do ano, caracterizando a safra. Fora do período de concentração da produção tem-se a entressafra. Como consequência da sazonalidade, o produtor receberá preços menores durante a safra e mais atraentes ao longo da entressafra, razão pela qual, em muitos casos, torna-se preferível armazenar o produto e só comercializá-lo na entressafra. O mesmo efeito também pode ocorrer com os preços dos insumos.

O efeito sazonal pode ser visto na exploração caprina e ovina, particularmente na Zona Semi-Árida da Região Nordeste, devido ao efeito da época seca principalmente sobre a disponibilidade e qualidade das pastagens. Os produtores que conseguirem produzir caprinos e ovinos para comercializá-los ao final da época seca, encontrarão melhores preços.

489

Como o produtor pode se beneficiar do efeito da sazonalidade quando da comercialização dos animais?

A prática do confinamento e/ou semiconfinamento, além da possibilidade de produção em pastagem irrigada durante a entressafra, possibilitará o produtor dispor de animais para venda quando os preços estiverem mais elevados.

490

Como o produtor deve decidir sobre o momento mais adequado para vender os animais?

Para escolher o momento certo de vender os animais, o produtor deve observar atentamente as informações existentes sobre as

variações dos preços praticados. Dispondo de informações que permitam fazer inferências sobre preços futuros, o produtor pode analisar diferentes estratégias, como vender os animais agora ou no futuro, vender parte agora e parte no futuro, etc.

Portanto, as informações sobre as oscilações de preços ao longo do ano são instrumentos fundamentais para orientar a tomada de decisão do produtor. De posse dessas informações, o produtor pode programar suas atividades de forma que lhe permita vender seus animais na época em que os preços estiverem mais compensadores.

491

Quais as perspectivas da caprinocultura e da ovinocultura de corte para o Nordeste?

Se existem produtos com boas perspectivas de exploração no Nordeste, são exatamente os animais de médio e pequeno porte, particularmente os ruminantes. Caprinos e ovinos que se enquadram na categoria de ruminantes de pequeno porte têm boa capacidade de adaptação a praticamente todos os ecossistemas do Nordeste, desde as faixas úmidas e sub-úmidas do Maranhão até aos rincões mais distantes do Semi-Árido.

Existem raças adaptadas para todos esses ecossistemas, devendo o produtor obter informações adequadas para fazer a escolha certa da raça a ser explorada. Para as pequenas explorações em unidades agropecuárias familiares, os caprinos e ovinos têm a vantagem de ocuparem menos espaço do que os bovinos.

Em geral, numa área onde se explora uma unidade animal bovina é possível explorar de 6 a 8 cabeças de caprinos ou de ovinos. Além disso, esses animais possuem elevada liquidez, ou seja, são mais facilmente transformados em moeda do que o gado bovino.

492

O que é rastreabilidade?

A rastreabilidade é um sistema que permite a identificação e o controle individual dos animais, registrando todas as ocorrências

relevantes desde o nascimento até o abate. A rastreabilidade é outro meio de agregar valor, pois o mercado tem acesso a todo o histórico do produto.

493 O que é certificação?

A certificação é uma forma de atestar a qualidade do produto analisado. Sistemas de certificação envolvem selos de qualidade, os quais, geralmente, são atribuídos ao produto depois de estarem assegurados os critérios de qualidade preconizados. Para que a certificação possa acontecer, sistemas de rastrear as origens dos produtos são pré-requisitos.

494 Qual a importância da rastreabilidade e da certificação de produtos para a conquista de novos mercados?

O mundo moderno procura cada vez mais garantias de qualidade dos alimentos e de sustentabilidade ambiental. O atendimento das exigências dos consumidores é condição indispensável à entrada e permanência dos produtos em mercados complexos e altamente exigentes. Assim, é importante identificar e acompanhar as tendências hoje ligadas à sanidade e ao bem-estar.

Na atualidade, é uma exigência legal dos mercados tanto nacional como internacional o uso da rastreabilidade e da certificação, objetivando garantir a qualidade dos produtos de origem animal disponíveis para consumo.

A União Européia (UE) estabeleceu, em janeiro de 2002, que os países exportadores de carne de bovinos e bubalinos para a UE só poderiam transacionar produtos com certificado de rastreabilidade, ou seja, toda carne bovina e bubalina deveria levar um selo atestando sua origem.

Em breve, essa exigência poderá ser adotada também para produtos cárneos originários de caprinos e ovinos.

Assim, a obtenção da rastreabilidade e da certificação assegura o acesso a mercados exigentes e com grande poder de compra, como UE, Estados Unidos e Japão.

495 O que é selo de qualidade?

É um atestado de que o produto final passou por vários testes, avaliações, incluindo análise de resíduos e está certificado como adequado ao consumo humano. A emissão do selo de qualidade pode requerer o rastreamento do produto.

496 Que produtos podem ser certificados na caprinocultura e ovinocultura de corte?

Entre os vários produtos, podem ser certificados:

- Animais vivos.
- Produtos cárneos.
- Produtos lácteos.
- Peles.
- Sêmen.
- Embriões.

497 Rebanhos com linhagem materna de ovelhas do tipo Sem Raça Definida (SRD) podem ter sua carne exportada para outros países?

Sim, o fato de o rebanho ser SRD não impede que sua carne seja exportada, desde que satisfaça os padrões de qualidade exigidos pelo país comprador.

498 O que são barreiras zoonosológicas?

As barreiras zoonosológicas são um conjunto de medidas e ações que visam conter ou prevenir a entrada de enfermidades em

municípios, estados, regiões ou países. Esse controle é exercido por órgãos governamentais, em animais vivos e abatidos, ou sobre produtos de origem animal, como lácteos, carnes, biológicos, etc.



499 Qual o impacto das barreiras sanitárias?

As barreiras sanitárias, normatizadas em tratados comerciais, estão merecendo crescente atenção dos diversos elos da cadeia produtiva da caprinocultura e ovinocultura, podendo afetar o trânsito e a exportação de animais.

O ressurgimento da febre aftosa em bovinos, na Região Sul do Brasil, é um exemplo eloqüente dos prejuízos que a ausência de barreiras sanitárias impõe aos produtores e, por conseguinte, às economias regional e nacional.

Atualmente, em alguns estados do Brasil já não é permitida a livre comercialização de pequenos ruminantes por causa da febre aftosa. As restrições, antes ligadas aos aspectos comerciais e alfandegários, cederam lugar às barreiras sanitárias, com foco nos agentes patogênicos, bem como nos hormônios e resíduos de pesticidas usados na agropecuária.

500 Quais as enfermidades incluídas nas barreiras sanitárias?

De modo geral, todas as enfermidades estão incluídas. Entretanto, as zoonoses, as doenças infecto-contagiosas e as doenças economicamente impactantes são as principais, pois causam sérios danos à saúde das populações e danos financeiros aos produtores, em virtude das dificuldades impostas à comercialização dos produtos.