

Artigos

Caprinocultura de carne, produtos e mercado

Clovis Guimarães Filho, pesquisador da Embrapa Semi-Árido, Petrolina, PE

Em qualquer tipo de agronegócio são três os requisitos básicos para o sucesso: a qualidade do produto, a estabilidade na oferta e a competitividade no preço. No caso da caprinocultura de carne do semi-árido nordestino, há ainda uma questão que precisa de uma melhor definição: o que oferecer ao mercado? Este tem sido um tema praticamente ausente nos numerosos eventos que realizados sobre a atividade. Não se dispõe ainda de um único estudo da cadeia produtiva do caprino em que seus pontos críticos tenham sido definidos, em que os volumes de produção e seus mercados de destino tenham sido dimensionados, ou em que cenários e tendências tenham sido elaborados. É necessário ter uma visão mais clara do que realmente esse crescente mercado vai demandar mais adiante. Por enquanto ele ainda está aceitando ovelha por bode, sem se interessar em saber, ao menos, a origem do animal. Mas isso pode começar a mudar a curto prazo. O futuro da atividade vai depender do grau de aceitação dos seus produtos nos grandes centros urbanos. Neles o consumo começa a se expandir rapidamente e, certamente, consumidores mais exigentes e a maior competição com outras carnes pressionarão por procedimentos mais rigorosos também com os caprinos.

→ Embora desordenadamente, já avançamos algo no setor de processamento, com o surgimento de alguns abatedouros, iniciando a oferta de produtos de melhor qualidade sanitária, principalmente para supermercados e restaurantes especializados. Os curtumes já constituem o segmento mais capitalizado e mais qualificado tecnologicamente e gerencialmente da cadeia produtiva. No segmento produtivo, apesar da disponibilidade tecnológica para reduzir a idade do abate dos atuais 15-18 meses para 4-6 meses, a apropriação dessas tecnologias pelos caprinocultores é ainda um processo bastante lento, carecendo de um programa de apoio mais agressivo em termos de um crédito mais adequado e de uma assistência técnica mais abrangente e qualificada.

Em termos de qualidade da carne caprina, estamos, de uma maneira geral, ainda na "idade da pedra". Não resolvemos nem a questão elementar do abate clandestino, estimado em mais de 90% do abate total. Numa situação dessas, falar em qualidades sensoriais, como sabor, maciez e suculência ou de formas de valorização dos nossos produtos típicos, como a "manta retalhada", pode parecer um mero exercício de futurologia. Já é tempo, porém, de começarmos a separar o que é caprino do que é ovino. São espécies diferentes, para serem criadas sob sistemas distintos e para oferecer produtos diferenciados para o mercado. Os restaurantes tipo "bode assado", onde, na verdade, o produto consumido é o ovino, constituem uma forma não intencional de propaganda enganosa que precisa ser urgentemente coibida, pelos danos que pode causar aos futuros mercados dos produtos tanto caprinos como ovinos. ✓

Um ponto a considerar na estratégia dos agronegócios dessas duas espécies são as possíveis ameaças. No semi-árido, parece haver um maior potencial para a consolidação, a longo prazo, da caprinocultura, como agronegócio, do que, mesmo, da ovinocultura. Embora a carne ovina seja atualmente muito



mais bem aceita e a espécie tenha uma maior capacidade de resposta às condições melhoradas de criação, os produtos ovinos, por tenderem a uma maior similaridade com os de outras regiões (não apenas dos países do Mercosul, tradicionais produtores, mas também do Sul, Sudeste e Centro-Oeste, onde a atividade passa por uma fase de forte incremento), deverão encontrar maiores dificuldades de competir com essas regiões, em termos de custos de produção. A caprinocultura de carne, pela sua maior adaptabilidade à caatinga, pelo seu maior potencial de oferecer produtos realmente diferenciados e mais associados à uma identidade territorial, a uma cultura local, teria mais chances de consolidar um espaço próprio no mercado, mesmo considerando a ameaça dos demais tipos de carne (bovina, suína e de frango). Precisa, para isso, desenvolver um trabalho criterioso de melhoria nos padrões tecnológicos de produção e de valorização dos produtos regionalizados que vai oferecer ao mercado.

A princípio, seria possível pensar no aproveitamento de genótipos nativos para produzir cabritos cruzados para abate (peso vivo de 25 a 30 kg aos 6-8 meses), com uma mensagem mercadológica fundamentada em suas qualidades nutritivas (menor quantidade de gorduras subcutânea e intramuscular, menores teores de colesterol e de calorias que as outras carnes), organolépticas (sabor característico, maciez e suculência), sanitárias (rigoroso controle higiênico-sanitário na produção, processamento e comercialização) e de apresentação (cortes especiais resfriados ou congelados, embalados à vácuo, selos de origem e de qualidade).

Outros produtos, como os embutidos e os defumados, constituem também alternativas, embora um pouco mais limitadas, já que devem constituir mais "nichos de mercado" ou por, de alguma forma, terem também de competir com os embutidos e defumados (mesmo de espécies distintas) de gigantes do mercado, como a Sadia e a Perdigão. ✓

A opção do "cabrito-mamão" (cabritos de leite abatidos aos 40-70 dias), apesar de implicar questões de hábitos alimentares, geralmente exigentes em tempo para mudanças, é uma alternativa que pode apresentar, a médio e longo prazos, um interessante potencial, pelo que poderia, desde já, começar a ser trabalhada. ✓

Em resumo, a caprinocultura de carne do Nordeste, apesar da demanda insatisfeita e crescente, tem ainda um longo período a percorrer para conquistar seu próprio mercado na região e se credenciar à participação no mercado nacional e, até mesmo, no internacional. Nesse caminho, terá que satisfazer os pré-requisitos de aumento de produtividade biológica e econômica dos principais fatores de produção e de melhoria da qualidade de seus produtos, objetivos difíceis de atingir sem uma simultânea melhoria nos padrões de gerenciamento de suas unidades produtivas e de maior articulação entre os diversos componentes da cadeia produtiva.



GUIMARÃES FILHO, C. Caprinocultura de carne, produtos e mercados.
Disponível em: <http://www.capritec.com.br/art26.htm>.
Acesso em 25 ago 2003.