



**ESTUDO DE VIABILIDADE DE AGRO-INDÚSTRIA PARA
TRANSFORMAÇÃO DE OVINOS E EXPORTAÇÃO PARA
MERCADO HALAL**

- RESUMO -



desenvolvimento sustentável de sistemas agrícolas extensivos ameaçados

**PT0041 – Rural Value: Desenvolvimento Sustentável de Sistemas Agrícolas
Extensivos Ameaçados**



**ESTUDO DE VIABILIDADE DE AGRO-INDÚSTRIA PARA
TRANSFORMAÇÃO DE OVINOS E EXPORTAÇÃO PARA
MERCADO HALAL**

- RESUMO -

Tiago França Félix

AGOSTO 2010

ÍNDICE

CAPÍTULO I – CARACTERIZAÇÃO DA EXPLORAÇÃO DE OVINOS NO BAIXO ALENTEJO	4
CAPÍTULO II – PRODUÇÃO DE CARNE HALAL: PRINCIPIOS, PROCESSOS E CERTIFICAÇÃO	6
CAPÍTULO III – O MERCADO DE BORREGO HALAL.....	8
CAPÍTULO IV – ANÁLISE DE VIABILIDADE	14
CAPÍTULO V – RECOMENDAÇÕES.....	19

CAPÍTULO I – CARACTERIZAÇÃO DA EXPLORAÇÃO DE OVINOS NO BAIXO ALENTEJO

A nível Mundial, nos últimos anos tem-se assistido a uma estagnação ou decréscimo da produção ovina. Essa tendência é acentuada, tanto ao nível da União Europeia, como em termos nacionais.

Em geral, o consumo per capita de carne de ovino tem igualmente observado uma tendência decrescente na generalidade dos mercados.

O comércio externo mundial de carne de ovino representa apenas cerca de 7,5% da produção mundial e é dominado pela Nova Zelândia e Austrália, países que, no seu conjunto, representam cerca de 78% das exportações mundiais.

Os principais mercados importadores de ovinos e carne de ovino são o Médio Oriente e a União Europeia, que no seu conjunto absorvem cerca de 70% das importações mundiais.

A produção de ovinos no Baixo Alentejo é caracterizada por ser efectuada em regime extensivo, com uma alimentação dos borregos baseada em pasto e complemento cerealífero, que lhe confere grande qualidade.

No entanto essa qualidade intrínseca à produção não é, regra geral, valorizada pela cadeia de distribuição, sendo os borregos vendidos a intermediários para engorda ou directamente às cadeias de distribuição, acabando em ambos os casos por ser vendida no retalho como produto indiferenciado.

Por outro lado, a produção ovina no Alentejo encontra-se condicionada por um conjunto de factores (que também caracterizam, em geral, o sector na União Europeia):

- Redução do consumo da carne de ovino;
- Concorrência de outras carnes, com preços unitários ao consumidor mais reduzidos e, por vezes, com apoios mais atractivos;
- Fraca produtividade;
- Escassez de mão-de-obra;
- Limitada capacidade de agrupamento dos produtores, com consequências na fraca capacidade de negociação de preços e de assegurar níveis de produção.

Contrariamente a outros países da União Europeia, os preços de venda dos borregos na produção têm vindo a manter-se aos níveis de 2005, sendo em média 33% inferiores à média da União Europeia e 38% inferiores aos preços em Espanha.

PREÇOS MÉDIOS DE MERCADO NA UNIÃO EUROPEIA (EUR / KG. PESO CARÇAÇA)			
	2009	2005	Variação %
Borregos Pesados			
Alemanha	4,22	3,82	10,6%
Espanha	5,73	4,72	21,3%
França	5,74	4,82	19,1%
Reino Unido	3,99	3,64	9,7%
União Europeia	4,46	3,98	12,1%
Borregos Leves			
Espanha	6,94	6,44	7,8%
Portugal	4,31	4,27	0,9%
União Europeia	6,34	6,06	4,5%

FONTE: GPP-SIMA

Em termos de quantidades, tanto o efectivo ovino como a produção de carne têm vindo a verificar uma redução gradual desde 2005, acentuando-se a mesma em 2009:

	Categoria (gado abatido)	Peso limpo de abatido e aprovado para consumo (toneladas)				Peso médio (kg/ cabeça)			
		2008	2007	2006	2005	2008	2007	2006	2005
Portugal	Borregos <10Kg	2.907	2.788	2.529	2.752	6,40	6,30	6,10	6,20
	Borregos =>10Kg	7.035	8.544	8.281	7.430	12,10	12,40	12,60	12,40
	Adultos	1.410	1.198	965	903	19,40	20,30	20,90	20,60
	TOTAL	11.352	12.530	11.775	11.085	11,00	11,05	10,99	10,62
Alentejo	Borregos <10Kg	167	146	159	212	6,10	6,00	6,10	6,50
	Borregos =>10Kg	4.514	5.545	5.375	4.732	12,40	12,70	12,80	12,60
	Adultos	25	10	14	45	20,50	21,40	19,00	20,70
	TOTAL	4.706	5.701	5.548	4.989	12,05	12,34	12,48	12,22

FONTE: INE

Relativamente ao projecto de instalação de uma unidade de transformação para exportação para mercados halal, da análise da produção de borregos no Baixo Alentejo, retiram-se as seguintes vantagens e condicionantes:

VANTAGENS	CONDICIONANTES
<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade intrínseca à produção de ovinos em regime extensivo. - Potencial de diferenciação associado ao bem-estar animal, à protecção do meio ambiente, ao desenvolvimento rural integrado, etc. - Preço na produção inferior ao praticado em outros mercados europeus. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade de agrupamento dos produtores, o que pode condicionar a capacidade de assegurar a produção em quantidade e frequência que permita satisfazer o mercado e potenciais clientes. - Inexistência de uma imagem e experiência externa do país e da região como produtor de carne de borrego.

CAPÍTULO II – PRODUÇÃO DE CARNE HALAL: PRINCIPIOS, PROCESSOS E CERTIFICAÇÃO

Halal significa literalmente permitido e num sentido amplo remete para tudo o que é benéfico, saudável e ético para o ser humano. De uma forma prática, pode-se considerar que halal, tudo o que não é proibido (haram) pelo Corão.

No que respeita à carne de ovino é proibido (haram) o consumo de

- Carne de animal morto antes do abate.
- O sangue.
- A carne de porco e seus derivados, ou o seu contacto em qualquer fase da produção.
- Os animais mortos sem terem sido sacrificados em nome de Deus (Alá)

As normas e standards alimentares halal, consistem num conjunto de praticas, procedimentos e suportes documentais a aplicar ao longo da cadeia de produção, transformação e comercialização, tendo em vista a preservação do carácter halal dos produtos.

Actualmente, existem diversas escolas de pensamento islâmico, que divergem na forma como interpretam e aplicam a doutrina islâmica, pelo que, a nível mundial não existe uma normalização ao nível dos procedimentos halal e da acreditação das diversas entidades certificadoras. O único documento inter-governamental aceite pela generalidade dos países/ organismos é o Codex Alimentarius (Anexo 1 do Estudo), que contém o que se pode considerar os requisitos básicos para a produção de carne halal.

Na produção de ovinos, a principal preocupação prende-se com a alimentação dada aos borregos, nomeadamente a garantia que não são alimentados com suplementos com origem animal e, em particular, de porco.

O abate é o ponto central na produção de carne de borrego halal, uma vez que deve ser conduzido de acordo com o método tradicional e que contém um conjunto de preceitos e regras a cumprir, desde a imobilização do animal, à forma como o golpe é efectuado e à necessidade de todo o sangue ser drenado naturalmente da carcaça.

O abate deve ser obrigatoriamente efectuado por um muçulmano que deve evocar o nome de Alá no momento do sacrifício do borrego.

Porém os aspectos mais críticos relativos ao abate prendem-se com:

- 1. A não contaminação da linha de abate de ovinos halal com outros animais nomeadamente porcos.*

Algumas autoridades islâmicas defendem que nas instalações dedicadas ao abate halal de animais (bovinos, ovinos ou aves), não podem ser abatidos suínos.

Outras porém, aceitam que tal aconteça desde que implementados procedimentos de não cruzamento dos circuitos e de não contaminação das carnes, através de planos horários e de higienização.

2. *O atordoamento do borrego antes do abate.*

Algumas autoridades islâmicas não aceitam o atordoamento do animal antes do sacrifício.

Outras, porém, aceitam o atordoamento por descarga eléctrica desde que se assegure que o animal permanece vivo antes do sacrifício. Esta opinião vai ao encontro com a sensibilidade europeia em matéria de bem-estar animal.

Nos restantes processos de transformação, rotulagem, embalagem e comercialização de carne halal, a ênfase é dada na garantia de não contaminação da carne halal com outras produções e da manutenção da rastreabilidade da carne e do controlo documental dos processos.

A entidade certificadora halal deverá ser seleccionada em função de:

- A sua aceitação e notoriedade no(s) mercado(s) alvo.
- A exequibilidade das suas exigências ao nível do processo produtivo.
- Custos associados à certificação halal.

No que respeita ao desenvolvimento do Estudo, este Capítulo permite retirar as seguintes conclusões:

A produção de ovinos em regime extensivo característica do Baixo Alentejo, nomeadamente a alimentação dada aos borregos, é perfeitamente adequada às exigências da normativa halal.

O abate halal poderá ser realizado em matadouros onde sejam sacrificados suínos, desde que sejam estabelecidos procedimentos que garantam o não cruzamento das linhas de abate e a não contaminação da carne halal com outras produções

CAPÍTULO III – O MERCADO DE BORREGO HALAL

A comercialização de produtos e serviços halal apresenta-se como uma das grandes tendências de consumo a nível mundial, nomeadamente ao nível dos produtos alimentares, estimando-se que possa representar uma cifra superior a 500 mil milhões de euros, dos quais cerca de 10% referentes ao sector da carne.

Continente	População Total (milhões)	População Muçulmana		Despesa com alimentação (US\$ per capita)	Dimensão do mercado (milhões US\$)
		(Milhões)	(%)		
Ásia	3.921	1.044	26,6%	350	365.299
África	906	462	51,0%	200	92.360
Europa	727	51	7,0%	1.500	76.800
América do Norte	329	7	2,0%	1.750	11.550
América do Sul	559	2	0,3%	500	800
Oceânia	33	0	1,2%	1.500	600
TOTAL	6.475	1.565	24%	n.d.	547.409

A sua grande atractividade prende-se, não só com o elevado montante que representa o mercado potencial, mas sobretudo com o seu potencial de crescimento, face (i) ao aumento do poder de compra dos consumidores muçulmanos em muitos países e regiões, (ii) à taxa de crescimento da população muçulmana e (iii) a uma certa tendência de globalização do seu consumo.

O Estudo focaliza-se nas regiões (i) do Médio Oriente e Norte de África, com populações maioritariamente muçulmanas e com níveis elevados de consumo e importação de carne de ovino e (ii) da Europa, com uma população muçulmana minoritária mas de elevado poder de compra.

MÉDIO ORIENTE E NORTE DE ÁFRICA

Na região do Médio Oriente e Norte de África, a Turquia e o Egipto apresentam-se claramente como os principais mercados ao nível do consumo alimentar.

Médio Oriente e Norte de África	População Total (milhões)	População Muçulmana		Despesa com alimentação (US\$ per capita)	Mercado muçulmano (milhões US\$)
		(Milhões)	(%)		
Turquia	72,97	72,82	99,8%	877	63.894
Arábia Saudita	23,61	23,61	100,0%	1.085	25.620
UAE	4,10	3,94	96,1%	---	---
Kuwait	2,70	2,70	100,0%	2.175	5.872
Oman	2,51	2,48	98,8%	1.585	3.930
Qatar	0,80	0,76	95,0%	2.063	1.568
Argélia	8,35	7,80	93,4%	---	---
Egipto	72,85	68,48	94,0%	856	58.600
Marrocos	30,50	30,19	99,0%	488	14.736

Dados referentes a 2005

FONTES: Nações Unidas (<http://daqta.un.org>)

Muslim Population Worldwide (www.muslimpopulation.com)

Banco Mundial (World Development Report 2008: Agriculture for Development)

Porém, analisando os dados referentes à importação de carne de ovino, verificamos trataram-se de mercados onde esta é inexistente (Turquia) ou muito residual (Egipto). Pelo contrário os principais países importadores de ovinos e carne de ovino são os países da península arábica, destacando-se claramente os Emiratos Árabes Unidos e a Arábia Saudita, responsáveis no seu conjunto por cerca de 64% da carne de ovino importada nesta região.

(valores em milhões de USD)

Principais importadores no Médio Oriente e Norte de África	2007	
	Carne Ovino	Ovelhas
Argélia	21	0
Egipto	5	0
Jordânia	28	22
Kuwait	38	87
Marrocos	0	0
Oman	12	37
Quatar	38	50
Arábia Saudita	178	435
Turquia	0	0
Emiratos Árabes Unidos	118	15
Restantes países	28	34
TOTAL	466	680

FONTE: FAO

EUROPA

Apesar da população muçulmana ser minoritária (cerca de 30 milhões), beneficia de um elevado poder de compra, quando comparada com a quase totalidade dos países muçulmanos, bem como da facilidade de acesso ao mercado proporcionada pelo mercado único europeu.

Além disso, apresenta um conjunto de características que torna o mercado halal bastante atractivo:

- Taxas de natalidade da população muçulmana, em média superior à da restante população;
- Rendimento per capita com taxa de crescimento superior na generalidade das comunidades muçulmanas;
- Maior proporção do rendimento alimentar destinado à alimentação (cerca de 30% nas famílias muçulmanas contra apenas 15% em média nas famílias não muçulmanas (de acordo com estudo de mercado da Nestlé).

Os principais mercados na Europa são a França, a Alemanha e o Reino Unido.

Europa	População Total (milhões)	População Muçulmana		Despesa com alimentação (US\$ per capita)	Mercado muçulmano (milhões US\$)
		(Milhões)	(%)		
França	60,99	6,10	10,0%	2.259	13.780
Alemanha	82,65	3,06	3,7%	1.776	5.434
Holanda	16,33	0,88	5,4%	1.973	1.736
Bélgica	10,40	0,37	3,6%	1.973	730
Espanha	43,40	0,52	1,2%	2.117	1.103
Reino Unido	60,25	1,51	2,5%	1.585	2.393
Portugal	10,53	0,01	0,0%	1.855	9

Dados referentes a 2005

FONTES: Nações Unidas (<http://daqta.un.org>)

Muslim Population Worldwide (www.muslimpopulation.com)

Banco Mundial (World Development Report 2008: Agriculture for Development)

A França concentra a maior comunidade muçulmana da Europa, cerca de 10% da sua população, dos quais 70% provenientes da região do Magrebe. Paralelamente, trata-se do principal importador mundial de carne de ovino (mais de 16% do volume mundial de importações).

O Reino Unido possui a terceira maior comunidade muçulmana da União Europeia (a seguir à França e Alemanha), destacando-se por dispor de um mercado de carne halal relativamente mais desenvolvido, no sector do retalho. Paralelamente, trata-se do segundo maior importador mundial de carne de ovino (cerca de 12% do volume mundial de importações).

Através do cruzamento dos dados referentes à importação de carne de ovino com o peso da população muçulmana nos respectivos países, conclui-se os mercados a abordar em maior profundidade no Estudo são a França, o Reino Unido, a Arábia Saudita e os Emiratos Árabes Unidos. Além destes, o Estudo incide, igualmente, sobre o mercado Espanhol face à sua proximidade e ao crescimento recente da sua comunidade muçulmana.

IMPORTAÇÃO DE OVINOS E CAPRINOS E ESTIMATIVA PARA MERCADO MUÇULMANO

PAÍSES	Milhares de USD	% População Muçulmana	Milhares de USD Pop. Muçul.
França	793.579	10,0%	79.358
Reino Unido	577.941	2,5%	14.449
EUA	503.795	2,1%	10.580
Bélgica	363.881	3,6%	13.100
Alemanha	344.173	3,7%	12.734
Emiratos Árabes Unidos	224.404	96,0%	215.428
Arábia Saudita	183.945	100,0%	183.945
Itália	179.284	2,4%	4.303
Japão	117.182	0,0%	0
Canadá	111.341	2,5%	2.784
China	105.913	3,0%	3.177
Suiça	91.735	3,1%	2.844
Holanda	90.743	5,4%	4.900
Espanha	72.873	1,2%	874

Em função da análise efectuada a estes mercados, sintetizam-se seguidamente as principais vantagens e condicionantes:

ESPAÑA

VANTAGENS:
<ul style="list-style-type: none">- Proximidade geográfica.- Preferência pelo consumo de borregos mais leves, embora esta possa não traduzir-se ao nível da comunidade muçulmana.- Uma única entidade certificadora – Instituto Halal – com condições de certificação relativamente acessíveis.
CONDICIONANTES:
<ul style="list-style-type: none">- Mercado potencial bastante mais pequeno que os restantes analisados.- Consumidores halal, com menor poder médio de compra, face aos outros países europeus analisados e mais sensíveis ao preço.

FRANÇA

VANTAGENS:
<ul style="list-style-type: none">- Principal mercado europeu, cerca de 10% da carne consumida é halal.- População maioritariamente oriunda do Magrebe, onde a carne de ovino é bastante apreciada.- Potencial de penetração de produtos halal em consumidores não muçulmanos, dada a associação do conceito halal à alimentação saudável.- Cerca de 60% da carne de ovino é importada.- Preços médios dos borregos são sensivelmente mais elevados que no mercado nacional.- Os consumidores de carne halal estão dispostos a pagar um valor adicional face a equivalentes não halal.- Considerado um mercado que define tendências de consumo ao nível da população muçulmana na Europa.- Existência de feiras especializadas em produtos halal.- Principais cadeias de Hiper/ Supermercados apostadas no desenvolvimento de secções halal nos seus supermercados.- Papel centralizador do mercado grossista Rungis.

CONDICIONANTES:

- A carne de borrego mais consumida em França tem um peso carcaça entre 16 – 22 kg. Os borregos mais leves como são os produzidos na região do Baixo Alentejo constituem um nicho de mercado.
- Não existe uma uniformização de critérios relativamente aos procedimentos halal aceites no mercado existindo diversas entidades certificadoras.

REINO UNIDO

VANTAGENS:

- Mercado halal relativamente mais desenvolvido ao nível dos canais de distribuição e sector retalhista.
- Elevado consumo per capita da carne de borrego na população em geral.
- Consumidores halal mais sofisticados e com poder de compra mais elevado relativamente a outros países da Europa, mantendo um crescimento significativo.

CONDICIONANTES:

- Os preços da carne de borrego são, em média, inferiores aos praticados na Europa, nomeadamente em França.
- Peso elevado dos produtores nacionais responsáveis por cerca de 2/3 da carne de ovino consumida neste mercado.
- Concorrência das importações da Nova Zelândia, com impacto no preço da carne de borrego refrigerada e, principalmente, congelada.

ARÁBIA SAUDITA

VANTAGENS:

- Dimensão do mercado e dependência das importações.
- Elevado consumo per capita de carne de ovino.
- Surgimento/ crescimento das cadeias de grande distribuição alimentar.
- Apetência do mercado em geral por novidade e produtos diferenciadores.

CONDICIONANTES:

- Mercado dominado por importações de grandes volumes e preços reduzidos de grandes países exportadores como a Nova Zelândia, Austrália ou Reino Unido.

- Maior dificuldade de entrada no mercado uma vez que (i) requer fortes competências comerciais e negociais, adaptadas ao mercado e (ii) ao peso das empresas importadoras.
- Logística mais complexa, desde o transporte à tramitação das autorizações de entrada dos produtos.
- Dificuldade de comercialização de produtos refrigerados face ao tempo de transporte, quando comparado com os prazos de durabilidade.

EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

VANTAGENS:

- Dimensão do mercado e dependência das importações.
- Papel central que os EAU, nomeadamente o Dubai, desempenham na região, funcionando como porta de entrada noutros mercados.
- Elevado consumo per capita de carne de ovino.
- Mercado alimentar dinâmico em fase de modernização com a consolidação da grande distribuição.
- Surgimento de lojas de retalho alimentar especializado tipo gourmet (ainda que em pequena escala).
- Existência de feiras de referência na região em termos de produtos alimentares.

CONDICIONANTES:

- Mercado dominado por importações de grandes volumes e preços reduzidos, de grandes países exportadores como a Nova Zelândia, Austrália ou Reino Unido.
- Sensibilidade do consumidor ao preço, não obstante os preços serem sensivelmente elevados.
- É fundamental conhecer o mercado e ter competências comerciais e de negociação, adaptadas à sua cultura.
- Logística mais complexa, desde o transporte à tramitação das autorizações de entrada dos produtos.
- Dificuldade de comercialização de produtos refrigerados face ao tempo de transporte, quando comparado com os prazos de durabilidade.

CAPÍTULO IV – ANÁLISE DE VIABILIDADE

Tendo em consideração toda a informação compilada nos capítulos anteriores relativamente às características da actual produção de ovinos, aos mercados halal e requerimentos técnicos necessários à sua satisfação, é equacionado um conjunto de opções estratégicas do ponto de vista da sua racionalidade económica:

- Modelo de Agro-indústria:

Face ao cenário económico actual (sub-actividade dos matadouros, dificuldades económicas e financeiras da generalidade das empresas do sector, dificuldade no acesso a crédito junto de instituições financeiras), à incerteza relativa à capacidade de assegurar níveis de produção mínimos e de penetrar nos mercados halal alvo, seria extremamente imprudente a implementação de uma unidade de transformação de ovinos, orientada para os mercados halal.

Por outro lado, uma vez confirmada a sua viabilidade em termos de procedimentos halal, a opção de subcontratação dos serviços de abate e transformação de borrego, revela-se como a opção mais ajustada, uma vez que tem implícita uma estrutura de custos essencialmente variável e, como tal, adaptada às incertezas associadas ao projecto e ao mercado.

- Análise económica e financeira das 2 opções:

A análise económica e financeira efectuada a ambas as opções vem confirmar e reforçar esta ideia, uma vez que a subcontratação é a única opção viável, apresentando VAL de investimento positivo.

DADOS	OPÇÃO A INSTALAÇÃO	OPÇÃO B SUBCONTRATAÇÃO
Investimento em Capital Fixo	2.100.000	100.000
Investimento em Capital Circulante	624.078	646.779
TOTAL INVESTIMENTO	2.724.078	746.779
Vendas	6.502.771	6.502.771
Margem Bruta (valor)	1.199.733	846.803
Margem Bruta (%)	18,4%	13,0%
Custos Fixos Operacionais (valor)	1.008.187	532.771
Custos Fixos Operacionais (%)	15,5%	8,2%
FCFF - Cash Flow do Investimento (valor)	180.207	221.698
FCFF - Cash Flow do Investimento (%)	2,8%	3,4%
VAL A - Valor Actual Líquido (euros)	-1.369.174	1.410.861
Recuperação do Investimento (anos)	20	3,4
TIR - Taxa Interna de Rentabilidade (%)	2,2%	39,5%

No entanto, a análise de sensibilidade efectuada revela que a viabilidade desta opção é fortemente condicionada pelo preço de venda, dado que uma pequena variação deste (na ordem dos 3,5%) coloca em risco viabilidade económica e financeira do projecto (se não for compensada na estrutura de custos).

- Dimensão potencial da unidade agro-industrial face ao consumo estimado nos mercados halal alvo:

De acordo com o efectivo ovino no Baixo Alentejo (cerca de 400 mil cabeças) e a percepção das associações contactadas relativamente à capacidade de um projecto desta natureza agrupar a produção, dimensionou-se a oferta potencial de borregos halal para cerca de 80.000 cabeças, ou cerca de 1.000 toneladas (peso carcaça).

Comparando este nível de oferta com o consumo actual estimado nos mercados halal seleccionados, verifica-se que esta se encontra sobredimensionada para os mercados Espanhol e Britânico, uma vez que a oferta representa mais de 50% e 10% desses mercados respectivamente.

	Ton.	%
PRODUÇÃO:		
Produção Total Prevista	968	
MERCADO BORREGO HALAL:		
Consumo Estimado Espanha	1.750	55,3%
Consumo Estimado França	43.119	2,2%
Consumo Estimado Reino Unido	8.950	10,8%
Consumo Estimado Arábia Saudita	64.602	1,5%
Consumo Estimado EAU	59.969	1,6%

Já no caso dos mercados de França, Arábia Saudita e EAU, a oferta projectada representa menos de 3% dos respectivos consumos de borrego halal.

- Estimativa dos preços teóricos e sua comparação face aos preços médios praticados nos mercados halal alvo:

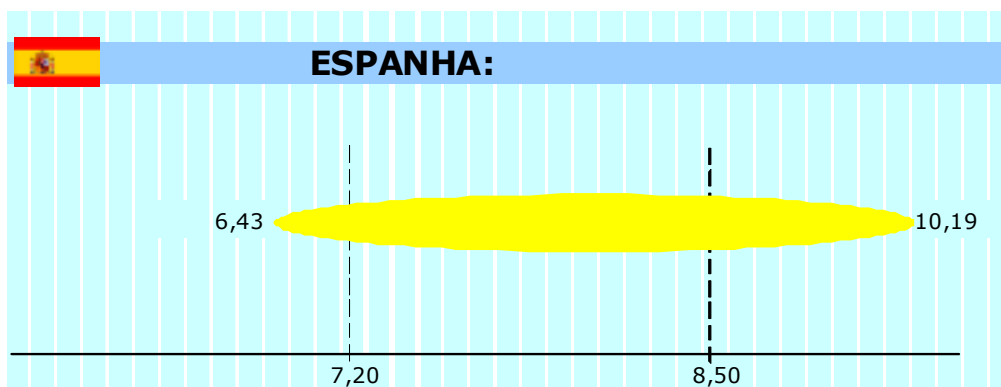
Através da análise da cadeia de valor da transformação de carne de ovino e em função de valores unitários por quilograma de carcaça, obtidos para cada actividade, estimam-se os seguintes valores teóricos de venda da carne de borrego halal proveniente do Baixo Alentejo para cada um dos mercados alvo:

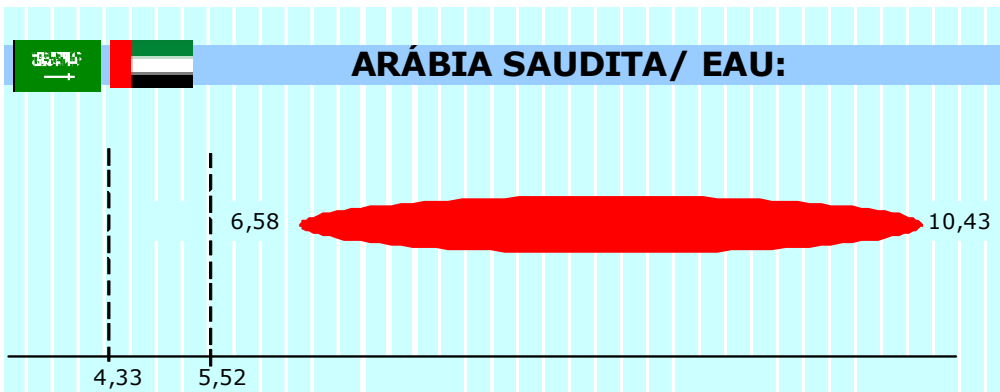
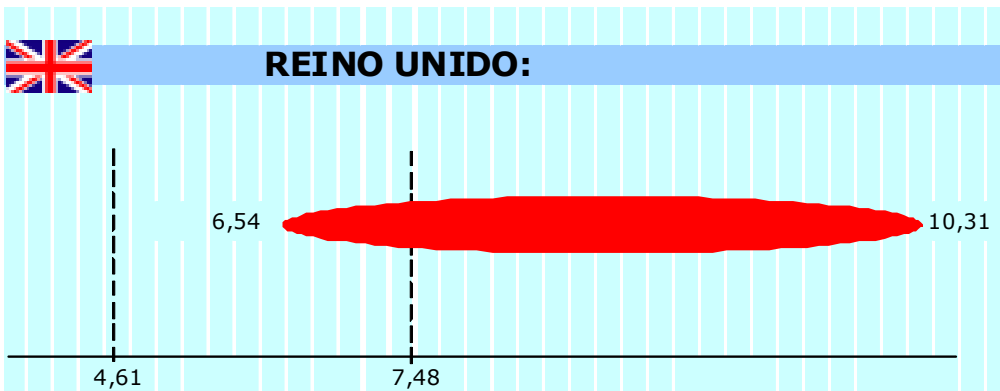
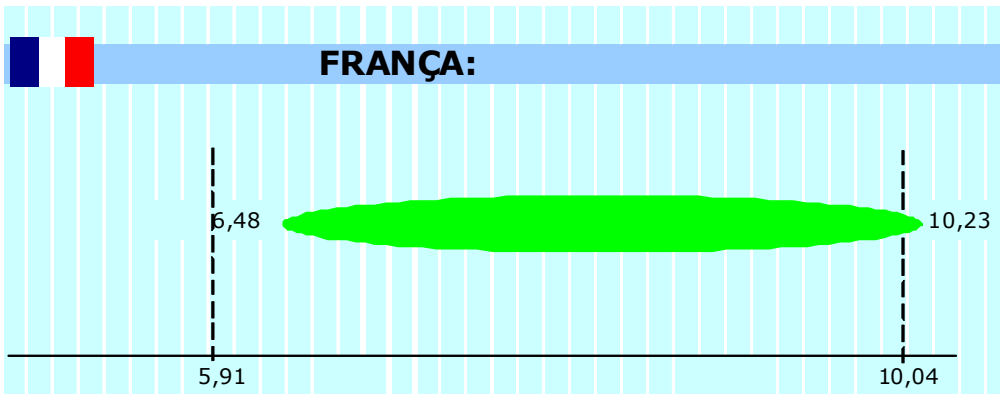
	CADEIA VALOR	TIPO DE CUSTO	VALORES CARÇAÇA			%
			€/ KG. CARÇAÇA			
			MIN.	MÁX.	PREÇO MÉDIO	
PRODUÇÃO	PRODUÇÃO					
	Valor de Compra ao Produtor	variável	4,30	5,50	4,90	67%
	Transporte a matadouro	variável	0,08	1,00	0,09	1%
	CUSTO NA PRODUÇÃO		4,38	6,50	4,99	68%
TRANSFORMAÇÃO	ABATE					
	Custos Abate	variável	0,36	0,44	0,40	5%
	Eliminação de Resíduos	variável	0,03	0,05	0,04	1%
	Taxas	variável	0,05	0,05	0,05	1%
	CUSTO ABATE		0,44	0,54	0,49	7%
	TRANSFORMAÇÃO					
	Desmancha	variável	0,18	0,26	0,22	3%
	Corte e Embalagem Refrigerado	variável	0,05	0,07	0,06	1%
	CUSTO TRANSFORMAÇÃO REFRIGERADO		0,23	0,33	0,28	4%
	HALAL					
Custos de abate e supervisão Halal	fixo	0,03	0,05	0,04	1%	
Certificação produto Halal	variável	0,08	1,00	0,09	1%	
CUSTOS HALAL		0,11	1,05	0,13	2%	
OPERAÇÕES E COMERCIALIZAÇÃO	OPERAÇÕES E COMERCIALIZAÇÃO					
	Gastos gerais	fixo	0,10	0,10	0,10	1%
	Gastos de comercialização	fixo	0,40	0,40	0,40	5%
	CUSTOS GERAIS E COMERCIALIZAÇÃO		0,50	0,50	0,50	7%
	MARGEM ACTIVIDADE		0,74	1,16	0,96	13%
	PREÇO EXW (REFRIGERADO)		6,39	10,08	7,35	100%
VENDA	TRANSPORTE, SEGURO E TAXAS					
	Espanha	variável	0,04	0,11	0,07	1%
	França	variável	0,09	0,15	0,12	2%
	Reino Unido	variável	0,14	0,23	0,19	3%
	Península Arábica	variável	0,19	0,35	0,27	4%
	PREÇOS CIF A GROSSO (REFRIGERADO)					
Espanha		6,43	10,19	7,42	101%	
França		6,48	10,23	7,47	102%	
Reino Unido		6,54	10,31	7,53	103%	
Península Arábica		6,58	10,43	7,62	104%	

FONTES: INE / Entrevistas com produtores e Associações / Tabelas de Preços em vigor Matadouros SAPJU e Alto Alentejo/ Orçamentos Rangel e Torrestir/ Instituto Halal e AVS/ Estimativas próprias de gastos gerais e de comercialização.

Comparando estes preços teóricos obtidos com os preços verificados no mercado (preços grossistas traduzidos em euros por quilograma de carcaça), conclui-se que os preços teóricos se encontram ajustados aos mercados Espanhol e Francês, porém situam-se, em média, acima dos preços de mercado do Reino Unido, Arábia Saudita e EAU.

ANÁLISE DOS PREÇOS PRATICADOS NOS MERCADOS ALVO	VALORES CARÇAÇA			FONTE
	€/ KG. CARÇAÇA			
	MIN.	MÁX.	PREÇO MÉDIO	
ESPAÑA:				
PREÇOS GROSSISTAS:				
Preços NAO HALAL Carçaça EXW	7,24	7,96	7,60	Observatorio de Precios de los Alimentos MARM
Preços HALAL Carçaça EXW	7,20	8,50	7,85	Carnicas Cohiver, Gescarns
VALOR ACRESCENTADO HALAL Carçaça EXW	-0,6%	6,8%	3,3%	
PREÇOS RETALHISTAS:				
Preço NÃO HALAL Carçaça (sem IVA) Retalho	8,84	12,35	10,59	Observatorio de Precios de los Alimentos MARM
Preço HALAL Carçaça (sem IVA) Retalho	9,17	12,81	10,99	Alcampo, Mercadona, El Corte Inglés
VALOR ACRESCENTADO HALAL Carçaça Retalho			3,8%	
Margem entre Preço Retalho/ Preço EXW	27,4%	50,7%	40,0%	Inclui as mermas
Proporção Preço Congelado / Refrigerado			79,1%	Alcampo, Mercadona, El Corte Inglés
FRANÇA:				
PREÇOS GROSSISTAS:				
Preços NÃO HALAL Carçaça - Rungis	5,58	8,73	7,15	Service des Nouvelles des Marchés: RUNGIS
Rácio Halal/ Não Halal	6,0%	15,0%	11,5%	
Preços HALAL Carçaça - Rungis	5,91	10,04	7,97	
PREÇOS RETALHISTAS:				
Preço NAO HALAL Carçaça (sem IVA) Retalho	9,17	15,53	12,35	INSEE - Institute National de la Statistique et des Etudes Economiques
Preço HALAL Carçaça (sem IVA) Retalho	9,72	17,86	13,65	Halal Industry Development Corporation
VALOR ACRESCENTADO HALAL Carçaça Retalho	6%	15%	11%	
REINO UNIDO:				
PREÇOS GROSSISTAS:				
Preços NÃO HALAL Carçaça - Birmingham	3,92	5,92	4,98	http://www.meat-prices.co.uk/national/England/
Preços HALAL Carçaça	4,61	7,48	6,05	Najaf Halal Meats Wholesale
Rácio Halal/ Não Halal Carçaça Grossista	17,7%	26,4%	21,5%	
PREÇOS RETALHISTAS:				
Preço NAO HALAL Carçaça (sem IVA) Retalho	7,33	8,44	7,89	http://www.meat-prices.co.uk/national/England/
Preço HALAL Carçaça (sem IVA) Retalho	8,14	9,79	8,99	Tesco, Asda
VALOR ACRESCENTADO HALAL Carçaça Retalho	11%	16%	14%	
Proporção Preço Congelado / Refrigerado			57,0%	Comparação MY.SUPERMARKET.CO.UK
ARÁBIA SAUDITA/ EAU:				
PREÇOS RETALHISTAS:				
Preço Carçaça Retalho	8,23	8,83	8,53	Lulu Hypermarkets - Supermarkets
MARGENS MÉDIA IMPORTAÇÃO/ RETALHO	60%	90%	75%	Mínimo média Europa - Máximo Margem média Europa + 50%
PREÇOS IMPORTAÇÃO/ GROSSISTA:				
Preço Carçaça Retalho	4,33	5,52	4,87	





CAPÍTULO V – RECOMENDAÇÕES

Conforme exposto no Estudo, nomeadamente nas Conclusões no final de cada Capítulo, o desenvolvimento de um projecto de transformação de carne de borrego orientada para o mercado externo halal pode ser uma alternativa viável à actual venda a intermediários e grandes superfícies no mercado nacional.

Deve-se, no entanto, ter em atenção que, a médio prazo, com o crescimento e globalização do conceito halal, o valor acrescentado que o mercado está disposto a pagar pela condição halal do produto tenderá a desaparecer.

De facto, a viabilidade dos preços de venda teóricos, determinados no âmbito deste Estudo, quando comparados com os preços de mercado verificados em mercados como a Espanha ou a França, fica-se a dever sobretudo à diferença significativa nos preços de venda dos borregos na exploração e menos ao valor acrescentado pago nesses mercados pelo “rótulo” halal.

Por outro lado, as conclusões do Estudo apontam para a necessidade de desenvolvimento de um conjunto de competências, críticas para o sucesso do projecto e que deverão ser assegurados pela(s) entidade(s) empreendedor(as):

- A criação de uma marca diferenciadora do borrego produzido no Baixo Alentejo que, juntamente com o rótulo halal, possa garantir valor acrescentado e evitar a concorrência baseada no preço, por parte de outros produtos não diferenciados;
- O desenvolvimento de uma estrutura comercial forte, que permita o conhecimento aprofundado dos mercados alvo;
- A capacidade de agrupamento de produção, de forma a assegurar quantidades e cadência no fornecimento da carne de borrego aos potenciais clientes;
- A capacidade técnica e de planeamento da produção que permita a transformação de carne de borrego halal com qualidade, segurança e custos reduzidos.

Relativamente ao modelo de desenvolvimento da unidade de transformação halal de borregos, o Estudo recomenda claramente o recurso à subcontratação em detrimento da construção de uma unidade de abate.

Financiamento



Beneficiários



Parceiros

