



Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias

<http://rccp.udea.edu.co>

RCCP

Produção de alimentos tradicionais: valorizando o produto pecuário por meio de certificações de indicação de procedência

Luis Fernando Soares Zuin¹; Poliana Bruno Zuin²

¹Professor Doutor do Curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, SP, Brasil.

²Professora Doutora Conferencista do Departamento de Educação da Universidade Estadual Paulista, Campus de Rio Claro, Brasil.

Resumo

Esse artigo objetiva descrever um método gerencial composto de atividades e tarefas para o desenvolvimento de produtos tradicionais pecuários com certificação de procedência, como uma das formas de agregar valor às commodities agrícolas. Além da agregação de valor, essa certificação de procedência se constitui em uma importante ferramenta mercadológica, pois inibe uma possível fraude que esses produtos possam vir a sofrer quando ofertados ao mercado. Para a realização desse trabalho foi feita uma revisão da literatura a respeito da temática, bem como a coleta de informações dos principais programas de certificação de indicação de procedência brasileiros. A fim de elaborar o método gerencial, escopo desse trabalho, foi realizado alguns estudos de caso que junto com a pesquisa bibliográfica permitiu tecer reflexões sobre um possível método para a valorização de produtos agropecuários. Para a ilustração do método proposto, apresentamos dois tipos de produtos tradicionais brasileiros que já possuem esse tipo de certificação: a “carne do pampa gaúcho” e o “queijo da serra da canastra de Minas Gerais”. Por meio do estudo realizado, fica evidente a necessidade de um método produtivo que englobe as técnicas produtivas aos saberes gerenciais.

Palavras-chave: desenvolvimento de novos produtos pecuários; certificações de indicação de procedência; produtos tradicionais; método gerencial.

Resumen

Este artículo tiene por objeto describir un método consiste en la gestión de actividades y tareas para el desarrollo de los productos pecuarios con la certificación de origen, como una forma de agregar valor a las commodities pecuarias. Además del valor añadido, la certificación de origen es una importante herramienta de marketing, que inhibe un posible fraude que estos productos son susceptibles de sufrir cuando el mercado ofrece. Para este trabajo fue realizado una revisión de la literatura sobre el tema, y la recopilación de información de los principales programas de certificación de la declaración de origen brasileño. Con el fin de establecer el método de gestión, el ámbito de trabajo se ha hecho algunos estudios de caso que con la literatura de investigación ha hecho de los debates sobre un posible método para la recuperación de los productos agrícolas. Para ilustración del método propuesto, se presentan dos tipos de productos tradicionales brasileños ya tienen este tipo de certificación: la “carne de la pampa gaucha” y “la

montaña de la cesta de queso de Minas Gerais. A través del estudio, es evidente la necesidad de un método de producción implican las técnicas de producción para la gestión del conocimiento.

Palabras-clave: *desarrollo de nuevos productos pecuarios; la certificación de la indicación de procedencia; los productos tradicionales; método de gestión.*

Introdução

Atualmente, agregar valor às commodities pecuárias representa o fator chave de sobrevivência para o agricultor latino americano, independente do seu volume produtivo. Deixar o mercado de produtos commodities, cujo preço do produto final é decidido apenas pelo mercado consumidor, passa a ser uma atividade que deve ser realizada pelos produtores agropecuários.

Na busca por uma maior agregação de valores aos seus produtos, o produtor agropecuário se depara com três diferentes maneiras de deixar esse mercado de produtos padronizados e massificados. A primeira, é referente ao processamento da matéria-prima dentro da propriedade rural. A segunda, seria por meio da certificação das commodities pecuárias. E, por fim, a terceira maneira seria a junção das duas anteriores, isto é, uma commodity certificada com algum grau de processamento. A fim de exemplificar, o vinho certificado seria um produto com o maior valor agregado que se pode conseguir, dado ao fato dele ser processado e certificado na propriedade, saindo desta pronto para o consumo.

Ao que se refere às matérias-primas de origem animal, o processo de manufatura, certificação e comercialização tende a ser um pouco mais complexo, como no caso das cadeias produtivas de carne e leite de origem bovina. Esse contexto que envolve a comercialização do produto processado pecuário se deve às barreiras não tarifárias impostas pelas leis sanitárias brasileiras, que impedem que um produto, certificado apenas pela vigilância sanitária municipal, seja comercializado fora dos limites territoriais da cidade. Para que o produtor rural possa comercializar o seu produto em todo país deve possuir a certificação nacional, dada pelo governo federal brasileiro. Entretanto, as exigências para a obtenção do selo são tão volumosas e complexas, quando comparadas com a certificação

municipal, que se torna economicamente inviável para o pequeno e médio agricultor angariá-lo. Isto posto, somente a grande agroindústria brasileira possui condições de atender essas solicitações sanitárias para a comercialização nacional de seus produtos.

Diante desse fato, o selo de certificação de indicação de procedência torna-se um importante instrumento para a comercialização nacional e internacional dos produtos agropecuários, pois é uma maneira de agregar valor e dar credibilidade a um produto ou serviço, conferindo ao produtor e ao produto um diferencial de mercado em função das características de seu local de origem. Dessa maneira, a certificação de indicação de procedência certifica produtos que são conhecidos e reconhecidos como tradicionais. Esses assim se caracterizam pelos saberes-fazeres individuais do produtor e de sua família, bem como pelos conhecimentos históricos e culturais de uma dada região geográfica que acabam por constituí-lo. Portanto, os alimentos tradicionais certificados pela indicação de procedência busca não apenas comercializar o produto, mas reconhecer o valor dos mesmos.

O produto: o alimento tradicional

O alimento tradicional se caracteriza como uma “delícia autêntica”, pelo seu modo de preparo e por sua origem cultural e histórica singular. Falar de alimentos tradicionais é contrapor a lógica de produtos massificados, que são produzidos em escalas industriais, não apresentando diferenciações sensoriais por parte do consumidor (ZUIN, L. e ZUIN, P., 2008).

A busca pelo mercado consumidor por um produto de qualidade superior e único, encontra nos alimentos tradicionais não apenas uma qualidade ímpar sensorial, mas também um conjunto de atributos que são extremamente relevantes

atualmente, como a produção sustentável. Além da preocupação ambiental que se torna uma das características mais relevantes consideradas por grande parte dos consumidores, esses produtos trazem em si a história cultural de um local ou região, tornando-se em um atrativo a mais para o consumidor. Reconhecidos pela Comunidade Européia como “produtos com história”, pois são produtos agroalimentares que gozam de reconhecimento de especial qualidade, são conhecidos também como produtos: *local, tradicional, artesanal, regional, entre outros*. Desta forma, esses produtos são oriundos dos usos de uma família ou de um local, que vão se tornando costumes de acordo com determinado ambiente, constituindo em heranças tradicionais.

Para Ribeiro e Martins (1995), os alimentos tradicionais podem ser definidos como sendo “*um produto único pelo emprego de matérias-primas e pelos conhecimentos aplicados, assim como os usos de produção, de consumo e de distribuição e que atualmente recebem, entre outras, as denominações de local, artesanal ou regional*”. De maneira mais detalhada o alimento tradicional deve possuir algumas características, como: ser produzido com matérias primas locais, o que inclui o uso de insumos locais; manufatura em pequena escala, utilizando o método artesanal; e, por fim, o alimento se constituir como resultado de um saber-fazer regional, ou seja, um saber-fazer historicamente construído e, assim, passado de geração em geração. Como empregam os saberes-fazeres locais, esses produtos apresentam forte ligação com uma conotação territorial de tradições locais (BERNAT, 1996). Dessa maneira, essa mesma caracterização pode ser dada para os produtos que recebem as certificações de indicação de procedência.

Portanto, os aspectos que caracterizam os produtos tradicionais, são os mesmos necessários para a obtenção de uma certificação de indicação de procedência. Assim, dado ao fato do produto ser reconhecido como tradicional e ainda receber uma certificação a mais, possibilitaria não apenas a entrada do produtor e de seu produto no mercado consumidor, mas a sua permanência, uma vez que a tendência da população é voltar às suas raízes, a fim de fugir da globalização e massificação do mercado pasteurizado.

A certificação: indicação de procedência

A certificação, de acordo com Nassar (2003), é a definição de atributos de um produto, processo e serviço, garantindo que eles se enquadrem em normas pré-definidas. Nesse sentido, a certificação envolve normas, da esfera privada ou pública, nacional ou internacional, de um órgão certificador com poder de monitorar e excluir os agentes certificados. Para o autor, independente do tipo de certificação que os produtores perseguem, ela se constitui como um instrumento que oferece procedimentos e padrões básicos, que permitem às empresas participantes gerenciar o nível de qualidade de seus produtos e ainda, garantir o conjunto de atributos que foram desenvolvidos durante o processo de novos produtos. Conforme o autor, um sistema de certificação garante que um produto esteja de acordo com as especificações pré-determinadas durante o desenvolvimento de seu projeto, logo, esse processo, encontra-se a frente da padronização de produtos agropecuários.

Assim, a certificação de um produto é necessária quando:

- a padronização torna-se insuficiente para atender às necessidades das empresas e consumidores;
- a padronização passa a ser muito complexa, exigindo certificados que comprovem os padrões estabelecidos; e
- quando a padronização refere-se aos detalhes de um processo de produção.

Desta forma, a certificação é baseada em dois princípios. O primeiro, é que ela deve gerar benefícios aos consumidores pelo fato de reduzir a assimetria da informação sobre o produto consumido. O segundo princípio é o de gerar incentivos à cooperação horizontal e vertical entre as empresas.

Para o consumidor comprar um produto certificado significa estar familiarizado com um determinado padrão de qualidade. Para a cadeia produtiva a certificação somente irá ocorrer caso haja uma cooperação e coordenação entre as empresas envolvidas. A certificação é, portanto, uma forma de cooperação, pois ela não fere o poder de concorrência e não prejudica os consumidores.

Assim, uma das formas de se classificar os sistemas de certificação é por meio do seu

objetivo, pois as atuais experiências permitem a seguinte subdivisão: rotulagem, denominações de origem, sanidade, pureza sócio-ambiental, produtos orgânicos, certificação interna e “produtos da fazenda”. Para esse estudo será esmiuçada apenas a certificação referente à indicação de procedência (IP).

Chaddad (1996) define a indicação geográfica como sendo o nome geográfico de um país, região ou localidade que serve para designar um produto nele registrado, cuja qualidade e características devem-se exclusivamente ou essencialmente ao ambiente geográfico, incluindo-se fatores humanos e naturais. Sylvander (1995) relata que na França esse tipo de selo corresponde a 45% do mercado interno, que envolve 90 mil produtores rurais e 600 vinícolas. Já ao que se refere ao mercado de queijos franceses, relatado pelo mesmo autor, 15% são certificados, havendo 34 denominações de origem, onde 40 mil produtores estão envolvidos, sendo que metade deles são fabricados nas empresas rurais.

No Brasil as certificações de origem são concedidas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). A indicação de procedência (IP) se caracteriza como uma forma de dar credibilidade a um produto ou serviço, conferindo-lhes um diferencial de mercado em função das características de seu local de origem, o que permite agregar-lhe valor. A implantação desse tipo de certificação representa para algumas empresas em um sério problema, como foi o caso do café do cerrado. Pelo fato de uma vasta região ser demarcada, é dificultado o monitoramento para a garantia do padrão de qualidade que deve ser preestabelecido (NASSAR, 2003).

De acordo com Mariot (2002), indicação de procedência é um tipo de certificação onde o meio geográfico marca e personaliza o produto. Esse tipo de certificação pode ser aplicado a um conjunto de produtos (alimentos) de características diferenciadas, mas eles têm que possuir em comum a região geográfica de produção, bem como o seu centro de distribuição. Quanto aos processos produtivos, não existe um padrão a ser seguido por todos os produtores rurais, apresentando apenas uma disciplina para com a marca, não existindo um limite de produção.

O processo: desenvolvimento de alimentos tradicionais certificados e processados

O desenvolvimento de produtos tradicionais certificados com selos de indicação de procedência possui o objetivo de realizar em conjunto com extensionistas e agricultores atividades que deverão permitir o lançamento do produto com sucesso no mercado consumidor (ZUIN, L. e ZUIN, P., 2008). Esse conjunto de atividades recebe o nome de Processo de Desenvolvimento de Produtos Rurais - PDP rural – (ZUIN e ALLIPRANDINI, 2006). O PDP rural pode ser dividido didaticamente em quatro conjuntos de atividades, sendo: planejar, desenvolver, lançar e melhorar.

O primeiro conjunto de atividades da etapa de planejamento do PDP rural seria as relacionadas a definição dos objetivos estratégicos, que no caso se referem ao desenvolvimento e comercialização de produtos tradicionais certificados com selos de indicação de procedência. Concomitantemente, deve-se realizar um monitoramento do mercado consumidor identificando que tipo de alimento tradicional atenderá as necessidades e desejos dos consumidores. Esse novo produto deve ser o resultado dos conhecimentos culturais produtivos do agricultor que resultam no alimento tradicional, aos quais são construídos historicamente tanto pelo agricultor como por toda uma região geográfica.

Identificado pelos extensionistas rurais e agricultores o produto que será desenvolvido, inicia-se a próxima etapa de estudos de viabilidade produtiva, cujo resultado será o custo alvo do novo produto. Para isso são realizados três estudos: de capacidades, custos e mercadológicos. O primeiro estudo é elencar as capacidades que a propriedade rural e região possuem para desenvolver o produto tradicional. A palavra capacidade é um aportuguesamento do inglês *capability*, pois significa mais que simplesmente capacidade. Perguntas como, por exemplo: temos as máquinas necessárias para manufaturar, plantar, colher, transportar, entre outras? Temos mão de obra especializada que será empregada em todo o processo produtivo? O resultado dessa atividade é uma lista completa do que será necessário para lançar o produto com sucesso no mercado. Estando a lista em mãos é calculado o

custo unitário do produto. Com o valor unitário do produto os extensionistas e agricultores deverão fazer uma pesquisa de mercado para constatar que o consumidor está disposto a pagar esse valor acrescido de uma porcentagem de lucro. Sendo validado esse valor pelo mercado consumidor é definido o pacote de conceitos que o produto irá possuir. Além de o alimento apresentar selo de identificação de procedência, deve possuir outros atrativos para o consumidor como, por exemplo, uma embalagem que facilite a sua reutilização, indicando que o produto caminha para ser também ambientalmente correto. Definido o pacote de conceitos que o produto irá possuir, é iniciado a etapa de desenvolvimento, tanto para o campo (garantir os padrões da matéria-prima) como para a manufatura (produto pronto para a comercialização) na propriedade rural; nesse momento, o produto deverá se tornar físico.

A primeira etapa de desenvolvimento do produto a campo (plantio no caso de vegetais e criações de animais) se refere os estudos relativos ao projeto do produto e processo para a produção da matéria-prima do alimento tradicional. Nesse momento, deve ser aplicado as normas das empresas certificadoras, referentes aos atributos que o produto terá que possuir para vir a receber o selo de indicação de procedência, sendo uma etapa desse processo a garantia de que a matéria-prima pertence apenas à região delimitada pela empresa certificadora. De forma geral, o projeto do produto da “etapa campo” está relacionado com o tipo de semente, fertilizantes, defensivo, entre outros aspectos produtivos que serão utilizados. O projeto do processo do campo está relacionado com as atividades de manejo do solo que será proposto, bem como o maquinário empregado nas etapas produtivas, mão-de-obra especializada, entre outros. Ao garantir a qualidade da matéria-prima se inicia a fase de planejamento para a manufatura, lançamento e comercialização, caracterizando a etapa de desenvolvimento do produto para a sua manufatura.

O planejamento de desenvolvimento na etapa de processamento da matéria-prima também apresenta três estudos: os projetos de produto, processo e embalagem do alimento tradicional. O primeiro estudo, o projeto do produto, se refere à lista de ingredientes, bem como as suas medidas, que serão empregados durante o seu processamento.

Para os alimentos tradicionais é, nesse momento, colocado no papel os conhecimentos dos saberes-fazeres historicamente construídos do agricultor (e de sua região geográfica) relativos a esse produto e que serão empregados na produção. Os conjuntos dos estudos relativos ao projeto do processo diz respeito ao caminho que a matéria-prima irá percorrer durante o seu processamento. O modo de como se faz esse produto deve ser o mais artesanal possível e em pequena quantidade, a fim de receber o selo de Indicação de Procedência. O último estudo é relativo a: como será a embalagem? Nesse momento, deve-se levar em conta, além dos aspectos burocráticos envolvendo as informações nutricionais e prazo de validade contidas no rótulo, o impacto ambiental que terá o material que faz parte de sua constituição. Esse impacto ambiental deve ser estudado não apenas no ambiente rural, mas também em toda a cadeia produtiva que ele irá transitar.

Com esses estudos realizados é hora do produto, processo e embalagem se tornarem físicos. Para tanto, são confeccionados os protótipos e ensaios envolvendo todas essas dimensões do desenvolvimento de novos produtos. Os protótipos dos produtos e embalagem, bem como o processo de manufatura, irão passar por alguns testes como, por exemplo:

- embalagem: teste de vida de prateleira, de resistência; reciclagem (desmonte), entre outros;
- produto: principalmente de apresentação (visual) e organolépticos (sabor); e
- processo: envolve o planejamento e controle da produção.

O testes de embalagem e produto devem ser realizados juntos ao consumidor final do produto, podendo ser testados nas feiras agropecuárias ou diretamente no varejo. Sendo validados estes testes inicia-se a produção comercial e prepara-se para o lançamento do produto no mercado, podendo ser apresentado o produto ao público em gôndolas especiais no varejo ou fazendo parcerias com o varejo local e/ou regional, como ocorre no programa “Fábrica do Agricultor” do Governo do Estado Paraná (Brasil). Todavia, no momento anterior ao lançamento do produto, deve-se fazer um estudo de precificação do produto que deve levar em conta informações advindas dos produtos concorrentes que já se encontram no mercado, da porcentagem de

lucro que se deseja e o quanto o consumidor deseja pagar por ele.

Quando o produto já se encontra no mercado produtor, torna-se necessário ser realizado três tipos de estudos, sendo:

- especificaciones del producto: se o produto e embalagem estão sendo oferecidos ao mercado consumidor de acordo com as especificações do pacote de conceitos;
- melhora do produto no mercado: são pequenas alterações que podem ser feitas tanto na formulação dos componentes do produto como na embalagem; e
- retirada do produto no mercado: quando o produto será retirado do mercado e oferecido uma nova versão essas mudanças são mais presentes no conjunto produto-embalagem.

Conforme visto, o planejamento gerencial do processo de manufatura do produto pecuário é condição essencial para que se tenha produto de qualidade e com alto valor agregado.

Certificaciones de identificación de procedência para produtos pecuários

Na literatura científica brasileira dois são os casos que relatam as atividades e tarefas para a produção de produtos pecuários contemplados com a certificação de indicações de procedência. Os dois casos são a “carne do Pampa Gaúcho” localizado no Rio Grande do Sul e o “queijo da Serra da Canastra” localizada no estado de Minas Gerais.

O caso do queijo da Serra da Canastra é resultado de um trabalho conjunto de alguns agricultores dessa região geográfica, que juntos, fundaram a Associação de Produtores de Queijo Canastra de Medeiros (Aprocame). Em contato com o órgão governamental de extensão e pesquisa rurais do estado de Minas Gerais, o Instituto Mineiro Agropecuário (IMA), regulamentou a produção do produto. Essa regulamentação, por sua vez, veio por meio de várias Portarias (nº 517, 518 e 523) lançadas pelo IMA, sendo essas normas fundamentais para a introdução desse produto no mercado. Pela legislação sanitária brasileira constitui contravenção comercializar leite e seus derivados frescos (como esse tipo de queijo certificado) sem passar a matéria-prima pelo processo de pasteurização. Um aspecto fundamental

para que o queijo seja considerado da Serra da Canastra é que ele deve ser feito com leite sem ser pasteurizado. Quando da confecção do produto é empregada uma matéria-prima que passa por esse processo físico-químico, temos como resultado um queijo com características organolépticas e de texturas muito diferenciadas do queijo produzido com leite cru (EMATER, 2009).

Para que o queijo da Serra da Canastra empregue a matéria-prima desejada deve-se investir em ferramentas de gestão da qualidade como as Boas Práticas de Fabricação (BPF). Essas ferramentas possuem o objetivo de garantir um padrão de qualidade que seja desejado pelo consumidor e no caso desse produto, pelos órgãos da fiscalização sanitária. As BPF determinam que o agricultor deve cumprir uma série de demandas, desde o momento da ordenha até o envio do produto no mercado. Outro aspecto importante descrito na regulamentação, diz respeito ao controle sobre o processo para a produção do queijo, ou seja, quais e como serão as instalações e equipamentos empregados desde a coleta da matéria prima, passando pela sua manufatura e terminando no processo de distribuição para o mercado consumidor. Entretanto, essa regulamentação não deve alterar os atributos que fazem desse produto único, pois ao mudar esses atributos corre-se o risco do mercado consumidor não reconhecer mais esse queijo como sendo da região onde foi produzido, tornando inútil o selo de IP. O emprego dessa regulamentação por parte dos agricultores nos seus processos produtivos, faz com que eles saiam da clandestinidade, conquistando assim, novos mercados. Outro benefício ao produtor é que a certificação permite a ele comercializar o seu produto em nível regional e nacional, pois ele deixa de ser veiculado apenas no local de sua produção. Ou seja, o produto ainda que seja reconhecido pelo local de onde é proveniente, ele passa a ser comercializado nacionalmente.

Outro produto descrito nesse artigo que leva a certificação de IP é a “carne do Pampa gaúcho”. A certificação de Indicação de Procedência dada a esse produto diz respeito ao local, manejo e ao tipo de animais empregados durante a sua criação até o abate. O caso do processo desse produto quando comparado ao queijo, apresenta algumas peculiaridades, pois nem toda etapa de

sua manufatura ocorre dentro das propriedades rurais, uma vez que o desmembramento em corte do animal é realizado em um frigorífico comum. Por outro lado, a certificação de IP à carne do Pampa gaúcho se refere ao animal criado, na região da Campanha do Estado do Rio Grande do Sul, com certas condições especiais, sendo elas :

- disposição natural para criar bovinos;
- bioma pampa;
- tipo de gado empregado;
- processo produtivo a campo (pasto);
- abate humanitário;
- grandes extensões de campo nativo;
- os saberes fazeres dos produtores e funcionários; e
- cultura e tradição regional.

Atualmente, são mais de 200 criadores de gado que fazem parte do programa que conta com apoio de órgãos de extensão rural brasileiros como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Aprendizagem Empresarial) e o SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), bem como órgãos de representações classistas como a Federação de Agricultura do Rio Grande do Sul (FARSUL). Em 2004 os 200 pecuaristas fundaram a Associação dos Produtores da Carne do Pampa Gaúcho (APROPAMPA).

Vários foram os atributos que foram levados em conta pelo INPI na ocasião da liberação do selo de IP para esse produto. De acordo com Malafaia (2009), o conjunto de atributos diferenciados que caracterizam esse produto, e que o distinguem organolepticamente de outras regiões brasileiras, são:

- somente deve ser empregado animais das raças Hereford e Angus, bem como os seus cruzamentos;
- os animais devem ser alimentados somente com pastagens nativas (ou essas melhoradas);
- o gado pode ser terminado em pastagens cultivadas de inverno;
- animais abatidos com idade máxima de 42 meses;
- animais (e não a propriedade) entram no sistema de rastreabilidade;
- no momento do abate suas carcaças recebem classificação quanto ao peso, gordura e conformação; e
- devem permanecer no mínimo um ano dentro da região delimitada pelo INPI.

Como observado, as alterações conferidas ao sabor e textura singulares dessa carne se refere tanto ao processo (manejo produtivo) empregado como para o produto (tipo de animal criado).

Ao que se refere à sua comercialização, é prescrito que o selo (e o rótulo que o acompanha) de IP exponha ao consumidor algumas informações relativas ao animal abatido como, por exemplo, histórico do animal, genitores, local em que viveu, idade, tipo de manejo, alimentação, entre outros. Todos esses atributos devem ser suficientes para atestar ao consumidor, no momento da compra do produto, a sua diferenciação quando comparados com os demais, ou seja, provenientes de outras regiões geográficas.

Para os agricultores e pecuaristas, responsáveis pela produção dos dois tipo de produtos (queijo e carne), a adoção do selo de IP para os seus produtos ocorre de forma voluntária. A adoção desses selos representa um acréscimo no custo final do produto, porém a lógica desse tipo de certificação como se pode observar nesse artigo é a de agregar valor ao produto agropecuário, descolando esse produto singular do mercado de commodities.

Conclusão

Durante essa artigo evidenciamos a importância econômica e social dos alimentos tradicionais certificados com o selo de indicação de procedência. O objetivo desse tipo de conduta gerencial é o de agregar valor às commodities agropecuárias, aumentando a renda do produtor rural. Para tanto, apresentamos um modelo de PDP rural para a produção de alimentos tradicionais certificados com IP.

Quando o agricultor adota esse tipo de produção ele resgata a sua história e a cultura que se encontram presentes nesse tipo de alimentos, pois, muitas vezes essas histórias e culturas são perdidas com a fabricação em massa pelas agroindústrias e o consumo exacerbado de alimentos industrializados pelo consumidor. Essa realidade produtiva deixou às margens, da economia e da sociedade, os pequenos agricultores, que não conseguiram competir em preço com os produtos da manufatura massificada, aumentando os problemas sócio-econômicos no meio rural. Entretanto, cada vez mais o mercado

consumidor está se interessando por esse produto tido como artesanal, tradicional ou típico, reconhecendo o seu valor cultural, nutricional, social e ambiental.

No que se refere à manufatura dos alimentos tradicionais com IP, duas características contribuem de maneira incisiva para um ambiente sustentável. A primeira, está ligada ao fato de que para se conseguir a certificação de IP o produto deve estar em equilíbrio com o bioma a qual se faz parte, como no caso da “Carne do Pampa Gaúcho”. O

segundo, diz respeito ao processamento tradicional da matéria prima, pois essa não deve empregar insumos químicos e maquinário modernos (que podem consumir mais energia) durante o seu processamento. Portanto, o interesse pelo consumidor por produtos tradicionais, constitui-se em uma alternativa aos pequenos produtores rurais, pois além de gerar mais renda, por ser esse um produto socioeconômico mais justo, a certificação de IP pode ainda, contribuir com uma produção rural ambientalmente mais sustentável.

Bibliografia

- Bernat, E. Los novos consumidores o las nevas relaciones entre campo y ciudad a través de los “productos de la tierra”. *Agricultura y Sociedad*. n. 80-81, 1996.
- Chaddad, F.R. Denominação de origem controlada: uma alternativa de adição de valor no agribusines. p. 106. 1996. Dissertação (Mestrado em Economia) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Emater. Caracterização da Região do Serro como Produtora de Queijo Minas Artesanal.
- Disponível em: www.emater.mg.gov.br/doc/intranet/upload/QUEIJO_HISTORICO/dossiê%20do%20serro%20def2.pdf; Acessado em 10/05/2009.
- Malafaia, G.C.; Barcellos, J.O.J.; Azevedo, D.B. Construindo Vantagens Competitivas para a Pecuária de Corte do Rio Grande do Sul: O Caso da Indicação de Procedência. Disponível em: www.ead.fea.usp.br/Semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/408.Pdf; Acessado em: 18/05/1972
- Mariot, J.E. Produtos agroalimentares típicos (coloniais): situação e perspectivas de valorização no município de Urussanga, Santa Catarina, Brasil. Dissertação de mestrado internacional em gestão do desenvolvimento rural. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. p. 115, 2002.
- Nassar, A.M. Certificação no Agribusiness. In: *Gestão da Qualidade nos Agronegócios*. ZYLBERSZTAJN, D.; ECARE, R.E. (Org). São Paulo: Atlas, p. 30, 2003.
- Ribeiro, M.; Martins, C.A tradição já não é o que era dantes: a valorização dos produtos tradicionais face à mudança social. *Economia e Sociologia*, n.60, p. 29-43, 1995.
- Sylvander, B. Os produtos de qualidade específicos: uma oportunidade para as zonas rurais. In: *A valorização dos recursos agrícolas locais: experiência de LEADER I*. Cadernos LEADER, 1995.
- Zuin, L.F.S.; Alliprandini, D.H. Gestão da inovação na produção agropecuária (GIPA). In: ZUIN, L.F.S.; QUEIROS, T.R. (Org.). *Agronegócios: gestão e inovação*. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2006, v.1, p. 252-278.
- Zuin, L.F.S.; Zuin, P.B. Produção de alimentos tradicionais: extensão rural. Aparecida: Idéias & Letras, 2008.