

CARACTERIZAÇÃO DO FUNCIONAMENTO DA DOP

“CARNE MIRANDESA”

Ribeiro, M.*, Matos, A. e Fernandes, A.*****

* Instituto Politécnico de Bragança
Escola Superior Agrária
Departamento de Economia Agrária e Sociologia Rural
Campus de Santa Apolónia, Apartado 1172, 5301-855 Bragança.
e-mail: xilote@ipb.pt

** Instituto Politécnico de Bragança
Escola Superior Agrária
Departamento de Economia Agrária e Sociologia Rural
Campus de Santa Apolónia, Apartado 1172, 5301-855 Bragança.
e-mail: alda@ipb.pt

*** Instituto Politécnico de Bragança
Escola Superior Agrária
Departamento de Economia Agrária e Sociologia Rural
Campus de Santa Apolónia, Apartado 1172, 5301-855 Bragança.
e-mail: toze@ipb.pt

Palavras-chave: Produtos DOP, Raça Mirandesa, Análise SWOT.

Resumo: Segundo Sousa e Almeida (2004), no início do século passado, a raça Mirandesa foi a raça bovina portuguesa que teve uma maior área de expansão, desde o planalto Mirandês até ao Norte do Alentejo. Embora recente, a comercialização da carne desta raça, tem um papel de relevo na actividade agro-pecuária do Nordeste Transmontano, enquadrando-se numa fileira de mercado de qualidade superior. Tal facto justifica a realização deste estudo no qual se pretende caracterizar o funcionamento comercial da DOP (Denominação de Origem Protegida) Mirandesa e elaborar um diagnóstico estratégico para esta actividade. Para o efeito realiza-se uma análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) com vista à identificação das potencialidades deste produto e aos estrangulamentos a que está sujeito.

INTRODUÇÃO

O estudo da fileira da carne bovina Mirandesa DOP é o tema central desta comunicação. Tal estudo visa contribuir para a definição de um conjunto de linhas de acção ou estratégias e a serem desenvolvidas pelos agentes que intervêm directa ou indirectamente na fileira. Para a concretização deste estudo recorre-se a fontes documentais e estatísticas. Posteriormente, através do recurso à análise *SWOT*, instrumento de apoio à definição de estratégias, identificam-se factores externos, designadamente, oportunidades e ameaças que resultam da análise do mercado; e, factores internos, nomeadamente, pontos fortes e pontos fracos que provêm da análise da fileira.

Apesar de pouco expressiva, a produção deste tipo de carnes é importante na dinamização do espaço rural na medida em que contribui para a promoção da diversidade da paisagem rural e para a manutenção da biodiversidade. Efectivamente, a produção deste tipo de carnes é feita em regime extensivo que, segundo Rodrigues *et al.* (1998), é especialmente, favorável para a diversidade das espécies, para a qualidade ambiental e para a própria paisagem. Em 2005, a produção de carne bovina com designação de Denominação de Origem Protegida (DOP) representava, segundo o IDRHa (2007), apenas 2,7% da produção bovina nacional.

Dada a escassez de recursos económicos e tecnológicos a que os pequenos agricultores estão sujeitos, a diferenciação pela qualidade surge, segundo Andrade *et al.* (1997), como uma alternativa capaz de estimular as actividades rurais e promover o desenvolvimento rural, evitando o abandono das terras e a desertificação das zonas rurais. De facto, segundo Tibério e Cristóvão (2001:1), *“as políticas de promoção e valorização de produtos agro-alimentares tradicionais de qualidade têm sido, nos últimos anos, objecto de atenção constante em diferentes documentos comunitários e apontadas como uma das alternativas ao desenvolvimento do meio rural”*.

AS INSTITUIÇÕES DE SUPORTE E O TIPO DE EXPLORAÇÕES AGRO-PECUÁRIAS DE BOVINOS DE RAÇA MIRANDESA

Segundo o IDRHa (2007), na actualidade, existem em Portugal doze raças que produzem carne com Denominação de Origem Protegida (DOP) e com Indicações Geográficas Protegidas (IGP), nomeadamente, Carne Charneca (DOP), Carnalentejana (DOP), Carne Mertolenga (DOP), Carne Marinhoa (DOP), Vitela de Lafões (IGP), Carne Maronesa (DOP), Carne Barrosã (DOP), Carne Arouquesa (DOP), Carne Mirandesa (DOP), Carne Cachena da Peneda (DOP), Carne de Bovino Cruzado dos Lameiros do Barroso (IGP) e Carne dos Açores (IGP). Segundo a CCDRA (2003), Portugal é o país da União Europeia (UE) com maior número de carnes de bovino com nome protegido. De facto, o número de carnes portuguesas com designação protegida iguala o total de carnes nas mesmas circunstâncias dos restantes países da UE.

A raça Mirandesa teve a sua origem geográfica no Norte, mais concretamente, em Alcatim, concelho de Miranda do Douro. Até à segunda metade do século XX foi a mais importante raça de tracção animal na agricultura portuguesa. De acordo com Sousa e

Almeida (2004), o livro genealógicoⁱ desta raça foi criado em 1913, ficando a cargo do Posto Zootécnico de Malhadas o registo zootécnico dos animais, o funcionamento do livro e o melhoramento da raça. Tarefas que, a partir de 1993, passaram a ser da responsabilidade da Associação de Criadores da Raça Bovina Mirandesa (ACRBM), criada em 1989. Em 1994 foi atribuída a designação DOPⁱⁱ à carne Mirandesa produzida no solar da raça Mirandesa (concelhos de Bragança, Vinhais, Macedo de Cavaleiros, Vimioso, Miranda do Douro e Mogadouro). Actualmente, a ACRBM tem como principal objectivo a conservação e melhoramento genético da raça Mirandesa, assim como a valorização dos produtos comercializados sob a designação “Carne Mirandesa”. Em 1992, com a entrada em vigor do Reg. CEE 2081/92, estavam reunidas as condições para que a Cooperativa Agro-pecuária, CRL. (AGROPEMA), criada em 1978, e cuja função se resumia à compra e venda de factores de produção para os seus cooperantes, assumisse a gestão da DOP Mirandesaⁱⁱⁱ ficando a cargo de um organismo privado, a Associação Interprofissional para os produtos Agro-Alimentares de Trás-os-Montes, a “Tradição e Qualidade”, o controlo e a certificação dos produtos produzidos e comercializados sob a designação “Carne Mirandesa”.

Como pode ver-se no quadro I, ao longo do período em análise, o número de vacas por exploração teve um crescimento superior a 200%. Este aumento ficou a dever-se a um decréscimo do número de explorações de cerca de 57% e ao aumento do número de vacas que registou uma variação positiva de 36%.

Quadro I – Indicadores da Raça Mirandesa

	1996	1999	2002	2005	2006	Variação (%)
Número de explorações	1467	1227	890	703	636	-56,7
Número de vacas	4358	4.884	4.685	4.386	5.918	+35,8
Número médio (vacas/exploração)	2,97	3,98	5,26	6,24	9,3	+213
Número de nascimentos	3096	3846	3487	3586	3708	+19,8

Fonte: ACRBM, 2007.

No período estudado, a evolução do número de nascimentos sofreu algumas oscilações. O maior crescimento ocorreu entre 1999 e 2002 tendo registado uma taxa de 24%. A partir de 2002, a evolução deste indicador foi sempre positiva embora moderada.

Quadro II – Número de Vacas por Exploração (%)

Vacas	1996	1999	2002	2005	Variação
1 a 2	55	42	35	33	- 40
3 a 4	32	34	32	27	- 16
5 a 6	8	12	13	11	+ 38
7 a 10	3	6	9	12	+ 300
Mais de 10	2	6	11	16	+ 7

Fonte: ACRBM, 2007.

ⁱ Em 1959, a Portaria 17132 estabelece o Regulamento do Livro Genealógico da Raça Bovina Mirandesa.

ⁱⁱ A designação “Carne Mirandesa de Denominação de Origem Protegida” foi reconhecida, a nível nacional, pelo Despacho n° 35/94, de 18/01/94 e, a nível comunitário, foi registada e protegida, pelo Regulamento (CE) n° 1263/96, de 01-07/96.

Como se pode verificar no quadro II, no período de 1996 a 2005, o número de explorações com um efectivo inferior ou igual a 4 cabeças sofreu uma diminuição acentuada da ordem dos 40 pontos percentuais. No entanto, o número de explorações com um efectivo entre 7 a 10 cabeças registou um aumento significativo de 300%. As explorações com mais de 11 vacas, que registaram um aumento de 7%, concentram-se, sobretudo, nos concelhos de Miranda do Douro, Bragança e Vimioso. O número de explorações de pequena dimensão, com um número de vacas inferior a 10, é superior a 70% ao longo de todo o período considerado. Segundo Sousa (1998), a reduzida dimensão dos efectivos aliada a outros factores, designadamente, a mecanização da agricultura e a progressiva erosão verificada a partir da década de 70 do século passado contribui para o risco de desaparecimento da raça Mirandesa.

A FILEIRA DA CARNE BOVINA MIRANDESA DOP

Segundo a ACRBM (2007), a carne bovina Mirandesa DOP é obtida a partir de bovinos de raça autóctone Mirandesa criados de forma tradicional. Porém, estes bovinos devem estar inscritos no Livro de Nascimento e os progenitores têm de estar registados no Livro Genealógico da raça Mirandesa. A carne pode ser produzida e comercializada em duas categorias, designadamente, a carne de vitela e a carne de novilho.

A carne de vitela provém de animais de ambos os sexos com idade compreendida entre os 5 e os 9 meses, idade em que são abatidos para consumo, permanecendo com a mãe durante esse período. A carne apresenta uma cor rosa clara, com uma gordura de cor branca e distribuição homogénea, com grão fino, consistência firme e ligeiramente húmida.

A carne de novilho provém de animais recriados de ambos os sexos, após o desmame, cujo abate se processa entre os 10 e os 18 meses. A carne apresenta uma cor vermelha clara, consistência firme, ligeiramente húmida e moderada gordura intramuscular.

No que diz respeito à produção e comercialização de carne Mirandesa, os dados do quadro III apontam para uma recuperação verificando-se uma tendência para o aumento do número de animais. Esta evolução pode ficar a dever-se, sobretudo, aos incentivos, prémios e apoios à comercialização que tornam possível a manutenção desta actividade. De acordo com Sousa e Almeida (2004), a estrutura mínima garante o funcionamento da fileira produção-abate-comercialização, embora a laborar abaixo do seu potencial, não sendo possível melhorar a sua rentabilidade com o número actual de abates.

Segundo o GPP (2007), o aparecimento de doenças sanitárias como a *Bovine Spongiform Encephalopathy* (BSE) no final dos anos 90 e início de 2000, levou ao abate precoce de vitelos e mais tarde ao abate de animais com idade superior a trinta meses, tendo como consequência a quebra significativa do consumo de carne bovina. Porém, a crise que se verificou no sector da carne bovina sem designação DOP acabou por se transformar numa oportunidade para o sector da carne bovina DOP, uma vez que os produtos naturais, produzidos da forma tradicional, para além de possuírem qualidades organolépticas específicas, conferem garantias sanitárias aos consumidores. Segundo a CCDRA (2003), a certificação da carne bovina protegida ajudou a vencer a

desconfiança dos consumidores, que associaram a marca de certificação a uma garantia de segurança para a saúde.

Quadro III – Produção e Representatividade da Carne Mirandesa

Produção	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Varição (%)
Vitelos (Kg)	139060	18000 0	27126 0	24100 0	27400 0	29500 0	30879 2	+ 100
Novilhos (Kg)	4000	7000	-	3300	1200	2000	9811	+ 145
Novilhas (Kg)	-	1250	-	1000	1200	1000	891	- 29
Bois (Kg)	4800	-	-	1100	6000	4000	2555	- 47
Vacas (Kg)	8600	-	-	1200	14000	8000	3245	- 62
Peso da carne Mirandesa/carne bovina DOP (%)	12	12	15,3	12,5	14,1	16,3	13,1	
Posição carne Mirandesa/carne bovina DOP	3 ^a	4 ^a	2 ^a	3 ^a	2 ^a	2 ^a	3 ^a	

Fonte: DGDR, 2001 a 2003 e IDRHa, 2003 – 2007.

Como pode ver-se no quadro III, a carne Mirandesa ocupa uma posição de destaque em termos de quantidades produzidas e comercializadas, no segmento de mercado das carnes de bovinos nacionais com DOP. No entanto, segundo Sousa e Almeida (2004), o efectivo existente nos 6 concelhos da DOP não é suficiente para fazer face à procura.

Apesar do número de explorações de média dimensão ter aumentado no período de 1996 a 2005, registou-se um decréscimo do número de produtores de 51%, o que denota que o número cabeças por exploração tem vindo a aumentar. Para além disso, os dados do quadro IV permitem verificar que mais de 50% dos produtores possuem idade igual ou superior a 55 anos. Não existem quaisquer indícios de que este cenário se venha a alterar num futuro próximo, o que coloca em risco a reprodução da actividade. Aliás, segundo Baptista *et al.* (2000) e Nobre (2004), é previsível uma diminuição significativa quer do número de explorações quer do efectivo pecuário devido ao abandono da actividade por um número considerável de criadores de raça Mirandesa de idade avançada.

Quadro IV – Percentagem de Produtores de Carne Mirandesa Segundo o Escalão Etário

Escalão etário	1996	1999	2002	2005	Varição (%)
Menos de 39	13.42	14.8	21.08	11.9	- 11
39 a 54	28.79	25.74	28.31	30.1	+ 5
55 a 69	48.93	49.09	47.19	39.8	- 19
Mais de 69	8.39	9.93	11.01	18.2	+117
Total (anos)	1465	1226	890	714	-51

Fonte: ACBRM, 2007.

Tendo em conta a idade dos produtores, verifica-se que os mais idosos optam pelos sistemas de produção tradicionais em explorações de pequena dimensão, tendo em média

3 animais, tal como indica o quadro V. Normalmente, segundo Sousa e Almeida (2004:2-3), “nas explorações tradicionais, desenvolvem-se sistemas policulturais vocacionados essencialmente para o autoconsumo, sendo a venda de produtos agrícolas restrita aos excedentes; os bovinos, embora constituindo a força de tracção e produção de estrume, são o elemento fundamental para a economia destes sistemas através da valorização dos vitelos produzidos”

Quadro V – Número Médio de Vacas da Raça Mirandesa Segundo o Escalão Etário

Escalão etário	1996	1999	2002	2005	Variação (%)
Menos de 39	4	7	15	14	+250
39 a 54	3	4	6	8	+ 167
55 a 69	3	3	3	4	+ 33
Mais de 69	3	3	5	8	+ 167

Fonte: ACBRM, 2007.

A carne Mirandesa é comercializada, na totalidade, pelo Agrupamento Gestor, a AGROPEMA, sediado em Miranda do Douro. Este agrupamento integra todos os produtores na Cooperativa Agro-Pecuária e distribui os produtos pelos canais apresentados no quadro VI. Os produtos resultam das carcaças de animais abatidos entre os cinco e os nove meses de idade (vitela) ou entre os dez e os dezoito meses (novilho). O produto é comercializado em carcaças ou à peça, devidamente embalada e identificada.

Quadro VI - Modalidades de Escoamento dos Produtos de Carne Mirandesa

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Talhantes	10	10	15	15	20	20	15	7	6
Restauração	20	20	15	10	13	15	13	16	13
Grandes superfícies	35	55	51	40	14	19	15	22	32
Consumo directo	6	-				5	4	6	7
Grossistas	20	-				40	49	48	41
Outros (feiras/eventos)	9	15	19	35	53	1	9	1	1

Fonte: DGDR (2001 a 2003) e IDRHa (2003 a 2007).

De acordo com a DGDR (2001 a 2003) e o IDRHa (2003 a 2007), mais de 70% da carne bovina Mirandesa destina-se ao mercado local, sendo a restante comercializada no mercado regional, isto é, fora dos concelhos de produção ou vizinhança. No que diz respeito à primeira transacção os intermediários, nomeadamente, os hipermercados e os grossistas são os agentes privilegiados de distribuição da carne Mirandesa. De acordo com Barroso e Madureira (2005), os criadores de produtos com designações DOP e IGP não possuem uma estratégia selectiva, rendendo-se maioritariamente às grandes superfícies. Estes canais assentam em estratégias de distribuição de grande escala, exercendo uma enorme pressão sobre os produtores ao nível dos preços, em prejuízo da orientação para produtos mais especializados. Na opinião destes autores existe, não raras vezes, uma exagerada dependência relativamente à grande distribuição. Contudo, os produtores podem e devem explorar outras oportunidades através de formas de distribuição alternativas, designadamente, lojas de especialidade, lojas de conveniência, lojas *Gourmet*, entre outras. Formas estas que permitem escoar os produtos com facilidade e que pagam e reconhecem a qualidade. Por conseguinte, segundo Portugal

(1998), há que tomar decisões de venda e de *marketing*, há que estabelecer diferenças, garantindo a genuinidade do alimento que se vende e que dá prazer e satisfação a quem o compra.

Uma forma de escoamento da produção utilizada pela AGROPEMA é a venda em feiras e eventos. Este canal de distribuição foi aumentando a sua importância até ao ano de 2002. Nesse mesmo ano, mais de 50% da carne foi comercializada através deste canal. No entanto, desde então, a sua importância foi reduzida de forma substancial. Tal ficou a dever-se ao facto da AGROPEMA retomar o canal da venda directa aos grossistas e ao consumidor final.

Os resultados de um inquérito realizado por Alves (2006) a consumidores do distrito de Bragança, levaram o autor a concluir que a maioria dos respondentes, conhece e já adquiriu produtos com a designação DOP. Os dois produtos mais procurados foram a carne bovina e o fumeiro. Curiosamente, os locais de eleição para a compra destes produtos foram os supermercados e/ou hipermercados. As principais razões apontadas para a compra dos produtos DOP foram a “qualidade” e o “sabor”. Relativamente à disposição a pagar mais pela carne bovina DOP, face à carne bovina sem DOP, a maioria, estaria disposta a pagar até um acréscimo de 1€/kg. De acordo com o mesmo estudo, a carne Mirandesa é consumida pela superior qualidade, por ser mais saborosa e por ter um aspecto mais agradável à vista, relativamente à carne bovina convencional. Para os inquiridos que não têm o hábito de consumir esta carne ou que o fazem ocasionalmente, o preço foi o principal fundamento apontado para a exclusão do consumo ou o consumo menos frequente. Na globalidade, os respondentes reconhecem que a carne bovina DOP possui superior qualidade, é mais saborosa e mais saudável do que a maioria das carnes convencionais, o que vai ao encontro da opinião de Rodrigues *et al.* (1998). Efectivamente, de acordo com estes autores, a carne bovina DOP é proveniente de raças autóctones e produzida em sistemas extensivos, o que lhe confere características únicas, como o sabor e a textura. Por outro lado, existe alguma aceitação da carne, de produtos DOP diferenciados de origem nacional, resultado de expectativas de consumo associado a produtos de maior qualidade e segurança alimentar, que permitem uma maior predisposição para pagar mais.

O quadro VII mostra que os preços praticados nos produtos de carne Mirandesa se têm mantido mais ou menos estáveis ao longo do período considerado.

Quadro VII - Preço da Carne Mirandesa

Preço	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variação (%)
Vitelos	5,5	5,5	5,75	6	6	6	6	+9
Média	6,08	6,09	6,11	6,09	6	6	6,27	+ 19
Novilhos	4	4	-	3,25	3,25	3,25	3,25	-19
Média	4,43	4,54	4,54	4,23	3,81	3,75	3,6	-19
Novilhas	4	3,5	-	3,25	3,25	-	3,25	-19
Média	3,71	3,72	3,72	3,64	3,63	-	3,25	-13

Fonte: DGDR (2001 a 2003) e IDRHa (2003 a 2007).

Por exemplo, a carne de vitelo, o produto mais valorizado, nos quatro primeiros anos registou aumentos pouco significativos de 0%, 5% e 4%, respectivamente, não se verificando qualquer alteração do preço desde 2002. Contrariamente ao que acontece

nos restantes produtos alimentares em que a variação do preço orienta a produção, no caso da carne Mirandesa DOP, a manutenção do preço é uma das principais condicionantes da produção. De salientar que os preços praticados ao produtor da carne Mirandesa são os mais baixos ficando, geralmente, aquém do preço médio da carne bovina DOP. Ainda assim, tal como já foi referido, ocupa uma posição de destaque em termos de quantidades produzidas e comercializadas. Segundo o GPP (2007), os preços do novilho da carne bovina sem DOP, também se têm mantido regulares desde 1997, rondando o peso da carcaça, em 2005, os 3 €/kg, embora exista uma depreciação do produto, em parte, fruto das reformas que o sector tem vindo a suportar no âmbito da Política Agrícola Comum (PAC).

As deficiências nos circuitos de comercialização e a cotação mais baixa das carnes correntes de bovino, continuam a ser os factores mais, frequentemente, apontados como os principais obstáculos à produção das carnes de bovino com nomes protegidos. O desconhecimento por parte dos consumidores/compradores sobre o significado da designação DOP e a falta de segmentação do mercado contribuem, igualmente, para dificultar o escoamento destes produtos. Cristóvão *et al.* (2001) argumentam que a falta de informação sobre os benefícios associados ao conceito DOP é a principal razão para que o selo DOP não seja, ainda, correctamente percebido pelo consumidor português. Giraud e Lebecque (2000) alegam que os produtos de marcas DOP agradam ao consumidor europeu, mas que este não possui informação suficiente sobre a designação. A designação DOP só constituirá uma vantagem competitiva quando se souber explorar a apetência que determinados segmentos de mercado têm pelas questões da origem dos produtos que consomem exigindo, por parte de quem promove e comercializa, uma gestão virada, cada vez mais, para o exterior, apoiada em competências de *marketing*. Para tal é necessário um maior esforço, por parte das entidades responsáveis, para aumentar a quota daqueles consumidores que percebem a diferença e que por isso estão dispostos a pagar um pouco mais.

O agrupamento gestor da carne Mirandesa tem implementado estratégias de divulgação e promoção diversificadas, mas as mais utilizadas são, a presença em feiras, a imprensa escrita, a rádio e os concursos nacionais e concelhios, onde são exibidos e premiados os melhores exemplares da raça Mirandesa. Segundo Sousa (1998), estes eventos são importantes pois contribuem para o melhoramento e conservação dos bovinos de raça Mirandesa. Todavia, as acções comerciais e de *marketing* continuam a ser esporádicas e quase inexistentes. A dinâmica de mudança de atitude dos consumidores deve ser aproveitada para desenvolver um conjunto de políticas comerciais e de *marketing* que permita a valorização dos produtos DOP, segundo uma lógica de diferenciação e posicionamento de mercado assente na qualidade.

Segundo Mello (2004), apesar da fraca adesão do sector agrícola às novas tecnologias, foi recentemente criado o sítio da *Internet* denominado "Mirandesa: a raça e a carne" provavelmente, porque a presença nas feiras e a posse do dístico de qualidade tradicional deixaram de ser suficientes. Este *site* tem como objectivo informar e disponibilizar dados sobre a raça Mirandesa e os produtos comercializados. Actualmente, a *Internet* é considerada uma ferramenta fundamental em qualquer plano de *marketing*, sobretudo para os produtos de qualidade tradicional.

LINHAS DE ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA PARA A FILEIRA DA CARNE MIRANDESA DOP

Na análise SWOT apresentada no quadro VIII, a análise interna e a análise externa são combinadas para que os pontos fortes e as oportunidades se identifiquem com as potencialidades que a fileira deverá saber aproveitar, fortalecer e desenvolver. De igual modo, a conjugação da análise interna com a análise externa permite agregar os pontos fracos e as ameaças que se traduzem em estrangulamentos ao funcionamento da fileira. Deste modo, as situações de vulnerabilidade no sector poderão ser mitigadas e, eventualmente, eliminadas.

Tendo como padrão de referência a análise SWOT, identificam-se as estratégias actuais e sugere-se um conjunto de acções estratégicas futuras. Para a identificação das estratégias futuras recorre-se ao uso de cenários. Destes cenários, emergem estratégias passíveis de serem implementadas pelos actores que intervêm directa ou indirectamente na fileira. O conjunto de linhas de acção a apontar deverá ter em conta o principal objectivo da fileira da carne Mirandesa DOP, designadamente, a garantia da qualidade, a promoção dos produtos e a sustentabilidade da própria fileira. Dito de outro modo, as acções estratégicas a propor deverão permitir a prática de melhores preços ao produtor, a fixação de mais valias aos produtos segundo os seus atributos, a comercialização em mercados mais amplos e diversificados e a melhoria da qualidade de vida das populações locais.

Alguns pontos fracos e ameaças poderão ser ultrapassados por mudanças estratégicas governamentais, como é o caso da reduzida dimensão parcelar das explorações agrícolas, onde seria favorável uma nova legislação, de modo a permitir o emparcelamento na região. Porém, para que os pontos fortes e as oportunidades sejam maximizados, as instituições de suporte e as infra-estruturas físicas e sociais são peças essenciais. Neste contexto, o enquadramento planeado das instituições poderá ter uma influência positiva na geração e fixação de valor acrescentado aos produtos e às empresas do sector, alargando a atractividade dos produtos a novas categorias de clientes. Uma dessas instituições é o IDRHa uma vez que, segundo a CCDRA (2003), desempenha um papel estratégico relevante pois, para além de proteger o sector (legitima a protecção geográfica dos produtos a pedido dos agrupamentos gestores, reconhece as OPC, fiscaliza, negocia com Bruxelas o registo de novos produtos com nome protegido), promove os produtos e assume uma atitude pedagógica junto daqueles que os produzem.

Quadro VIII - Síntese dos Estrangulamentos e Potencialidades (SWOT)

<p style="text-align: center;">ANÁLISE EXTERNA</p> <p style="text-align: center;">ANÁLISE INTERNA</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades – O</p> <p>O1- Crescimento do segmento de mercado de produtos são, naturais e tradicionais.</p> <p>O2- Procura interna em expansão.</p> <p>O3- Segmento de mercado com bom poder de compra e nível académico elevado.</p> <p>O4- Enquadramento legislativo favorável à produção e comercialização de produtos de qualidade.</p> <p>O5- Baixo teor em gordura da carne de vitela e de novilho.</p>	<p style="text-align: center;">Ameaças – T</p> <p>T1- Perda de competitividade: concorrência de produtos similares (bovinos sem DOP) a mais baixo preço.</p> <p>T2- Acentuado abandono da produção pecuária por parte dos produtores.</p> <p>T3- Risco de não reprodução da actividade.</p> <p>T4- Manutenção da actividade através de incentivos, prémios e apoios à comercialização.</p> <p>T5- Estrutura fundiária de reduzida dimensão, ou seja, desajustada à produção pecuária com alguma dimensão.</p> <p>T6- Possibilidade da ocorrência de acções fraudulentas no mercado: ausência de um controlo efectivo em todas as fases da cadeia de valor.</p>
<p style="text-align: center;">Pontos Fortes – S</p> <p>S1- Sistema de produção tradicional: regime extensivo.</p> <p>S2- Tradição e “saber-fazer” no domínio da produção.</p> <p>S3- Raça autóctone perfeitamente adaptada às condições edafo-climáticas dos vales sub-montanos.</p> <p>S4- Produto diferenciado pelas suas características organolépticas.</p> <p>S5- Reconhecimento do prestígio a nível Nacional da carne Mirandesa com a marca de certificação DOP.</p> <p>S6- Segurança sanitária e genuinidade.</p> <p>S7- Comercialização da carne transformada em porções adaptadas a diversos tipos de consumidores.</p> <p>S8- Facilidade de escoamento.</p> <p>S9- Inclusão do produto em feiras temáticas.</p> <p>S10- Aumento da capacidade de inovação de quem promove e se dedica a esta actividade.</p> <p>S11- Boa qualificação profissional do Agrupamento de Produtores.</p> <p>S12- As grandes superfícies vendem a maior parte da produção.</p> <p>S13- Turismo em Espaço Rural.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATÉGIA – SO</p> <p>SO1- Diferenciação do produto.</p> <p>SO2- Qualidade.</p> <p>SO3- Crescimento concentrado.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATÉGIA – ST</p> <p>ST1- Penetração de mercados.</p> <p>ST2- Desenvolvimento do mercado.</p>
<p style="text-align: center;">Pontos fracos – W</p> <p>W1- Baixa densidade populacional na região de produção.</p> <p>W2- Baixo nível educacional e ancianidade dos criadores.</p> <p>W3- Custos de produção mais elevados que os concorrentes de bovinos sem DOP.</p> <p>W4- Escassez da oferta.</p> <p>W5- Fraco rendimento ao produtor (manutenção / rigidez do preço da carne ao longo dos anos).</p> <p>W6- Fraca adesão do sector agrário às novas tecnologias e fraca capacidade do produtor para aproveitar oportunidades.</p> <p>W7- Estratégias de <i>marketing</i> deficientes.</p> <p>W8- Alguma confusão por parte dos consumidores sobre o que é um produto DOP.</p> <p>W9- Fraco poder negocial do Agrupamento, na venda do produto às grandes superfícies.</p> <p>W10- Fraca capacidade económica das estruturas agrárias.</p> <p>W11- Deficiências nos circuitos de comercialização.</p> <p>W12- Dificuldade em valorizar a carcaça.</p> <p>W13- Raça de crescimento lento: menor produtividade.</p> <p>W14- Ineficácia na implementação de acções de melhoramento animal.</p> <p>W15- Fraca aderência dos produtores para a venda de produtos com o signo DOP.</p> <p>W16- Debilidade no cumprimento de prazos na venda ao exterior.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATÉGIA – WO</p> <p>WO1- Desenvolvimento do produto.</p> <p>WO2- Diversificação concêntrica.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATÉGIA – WT</p> <p>WT1- Redução de custos.</p> <p>WT2- Liquidação.</p>

Como aproveitar as potencialidades?

Tendo em conta os pontos fortes e as oportunidades identificadas no quadro VIII, não é de estranhar que as linhas de acção estratégica adoptadas pela fileira da carne Mirandesa DOP assentem no **crescimento concentrado**, na **diferenciação** e na **qualidade**. As duas últimas parecem responder bem às exigências do consumidor moderno. De facto, segundo François (2000:13-14), *“as novas tendências de consumo, que levam cada vez mais à procura de produtos são, naturais, com uma identidade ligada a um território (montanha, espaço protegido, etc.), oferecem novas oportunidades de mercado para os produtos das zonas rurais. Estas formas de venda, através da ligação estreita que estabelecem entre o território, o cliente e o produto, reforçam o carácter não deslocalizável da produção local”*.

A estratégia de **crescimento concentrado** que tem vindo a ser seguida pela ACRBM surgiu de forma natural face à conjugação de pontos fortes e de oportunidades enunciadas anteriormente. De facto, a comercialização e valorização da carne fresca de bovino de raça Mirandesa é o pilar lucrativo da organização.

A estratégia de **diferenciação** envolve a procura de uma vantagem competitiva baseada no desenvolvimento de produtos ou serviços que sejam percebidos pelos clientes como únicos, razão pela qual estão dispostos a pagar mais. Ora, o produto “carne Mirandesa DOP” combina as características distintivas da raça Mirandesa (rusticidade, força, temperamento, resistência, boa capacidade reprodutiva, facilidade de parto, excelente índice de fecundidade e longevidade produtiva) com uma alimentação à base de produtos naturais e com o sistema produção extensivo. De tal combinação resulta um produto, facilmente, diferenciável ao qual os consumidores reconhecem especificidade, qualidade e autenticidade. De facto, a qualidade organoléptica notável (textura muito macia, tenrura, suculência, aroma e sabor) da carne Mirandesa é distinta das outras carnes de bovino, devido às suas características genéticas, aliadas ao sistema de alimentação tradicional praticado no nordeste transmontano. Estes animais alimentam-se de pastagens naturais (lameiros), dispendo ainda de forragens diversas (fenos de aveia e lameiro, milho, farras, ferrãs e nabal) como suplemento. Os animais são como que uma extensão das famílias, preocupando-se estas com a sua saúde, alimentação, robustez e conforto. É nesta atitude afectiva para com os animais que o criador da raça bovina Mirandesa encontra o seu maior alicerce para prosseguir a actividade herdada e acarinhada pelos antepassados.

As características únicas deste produto conferiram-lhe uma marca de certificação “DOP Carne Mirandesa”, tutelada juridicamente pela Comissão da União Europeia. Desta forma, os consumidores têm a garantia de que o produto tem uma qualidade elevada uma vez que é produzido de acordo com especificações técnicas rigorosas. A estratégia da **qualidade** assenta numa imagem do produto à qual está associada a região de produção, Miranda do Douro, o modo extensivo de produção, a alimentação ministrada aos animais, com normas rigorosas impostas pelo Agrupamento, e o manejo tradicional. O serviço de rastreabilidade dos animais, cujo controlo e certificação da carne Mirandesa são efectuados pela ACBRM, é executado desde os 21 dias de vida dos animais até aos postos de venda recomendados. Através do número de certificação que acompanha o dístico da cuvete da carne Mirandesa, qualquer consumidor pode obter

dados sobre o produto que consome, designadamente, a identificação dos progenitores do animal, a identificação do criador, o local de produção, a data de nascimento do animal, o sexo e o peso da carcaça. A identificação dos progenitores é efectuada através de marcadores genéticos (micro-satélites) para evitar falsificações. É também monitorizado o transporte dos animais desde a exploração agrária ao matadouro e, posteriormente, a distribuição da carne e das carcaças pelos clientes.

Segundo o Laboratório de Bromatologia da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, análises efectuadas a 10% das carcaças de carne Mirandesa comprovam a segurança e genuinidade da carne Mirandesa, pela inexistência de resíduos antibióticos, corticóides, b-agonistas e hormonas. Estudos realizados pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viana do Castelo confirmam que a carne de vitela e novilho de raça Mirandesa possuem baixo teor em gordura. Face a esta oportunidade, a ACRBM considerou que o vector de crescimento da organização deveria assentar numa estratégia de **desenvolvimento do produto**, ou seja, para além da carne fresca, deveria criar novos produtos relacionados que poderiam ser vendidos nos mercados actuais. Por isso, desenvolveu o Chouriço Mirandês que é um produto único no mundo por resultar da combinação da carne da matança tradicional do porco bísaro e da carne da vaca Mirandesa. A diversificação da oferta, pela capacidade de inovação demonstrada no fabrico deste novo produto com valor acrescentado, vem responder aos desejos de um segmento de consumidores que prefere um fumeiro mais saudável, por conter menos gordura e temperos, que os tradicionais fumeiros da região. A estratégia de **diversificação concêntrica** pode vir a seguir. De facto, a organização poderá vir a adquirir ou fundir-se com outras organizações compatíveis com a tecnologia, com os mercados ou com os produtos da organização. Esta estratégia permitirá mitigar o ponto fraco associado à dificuldade em valorizar a carcaça.

Como ultrapassar os estrangulamentos?

Estratégias como o **desenvolvimento do mercado** e a **penetração de mercado** poderão vir a ser implementadas se a oferta de carne Mirandesa DOP for suficiente para suprir a procura existente na actualidade. Efectivamente, ambas as estratégias sustentam o crescimento da actividade baseado nos produtos actuais, ambas acrescentam clientes embora, na primeira, isso aconteça em novos mercados e, na segunda, nos mercados actuais.

Na actualidade, a estrutura fundiária no Nordeste Interior não se coaduna com o investimento em mais efectivos, o que se traduz em baixas produtividades e, naturalmente, em menor rendimento ao produtor. Como foi referido oportunamente, a perda de competitividade dos cereais na região de produção da raça Mirandesa acabou por se revelar uma oportunidade para o sector da carne Mirandesa DOP. De facto, segundo Vieira *et al.* (2004), o abandono da actividade cerealífera viria a libertar terras que os agricultores aproveitaram para a produção de forragens que está na base da alimentação do gado autóctone. Por sua vez, o acréscimo da produção de forragens permitiu aumentar o número de cabeças por exploração que implicou uma maior especialização do sistema de produção de algumas explorações de carne Mirandesa. Desafortunadamente, esta oportunidade tem vindo a ser aproveitada por poucos criadores devido ao elevado preço da terra e à enorme pulverização das explorações.

Para que o aumento da dimensão das explorações seja uma realidade, torna-se necessária a intervenção governamental através da produção de legislação que promova o emparcelamento e a entrada no mercado de inúmeras parcelas agrícolas que, por razões anteriormente invocadas, se encontram abandonadas. Desta forma, a dimensão das explorações poderia ser aumentada de forma a suportar encabeçamentos rentáveis na ordem das 40 a 50 cabeças.

A fragmentação e dispersão que, segundo Portela *et al.* (1992), caracterizam as explorações transmontanas constituem um entrave à mecanização. Apesar disso, segundo Simões *et al.* (1996), o grau de mecanização tem sofrido uma evolução notável. Nos últimos anos, a região tem vindo a assistir a algum emparcelamento de forma natural. De facto, os agricultores têm vindo a promover a permuta de terras que, apesar de não permitir o aumento da área das explorações, permite diminuir a sua fragmentação. Por sua vez, a diminuição da fragmentação das explorações permite implementar uma estratégia de **redução de custos** que envolve a inversão da tendência negativa nos lucros através de diversos métodos de redução de despesas, designadamente, a redução de despesas com a operação de máquinas (combustíveis, manutenção, entre outras).

A carne Mirandesa é um produto ímpar de difícil imitação. Segundo a ACRBM (2007), o sistema de controlo e certificação é totalmente seguro nas explorações, matadouros e salas de desmancha. No entanto, a carne Mirandesa DOP pode estar sujeita a adulteração e publicidade fraudulenta, o que poria em causa toda a estratégia de **diferenciação**. Para eliminar esta ameaça, as denominações “Posta Mirandesa”, “Posta à Mirandesa”, “Posta de Mirandesa” estão, exclusivamente, reservadas à confecção da carne Mirandesa.

Qualquer agricultor individual, agrupamento, unidade de transformação que se estabeleça no ramo agro-alimentar, tem como primeira preocupação a segurança alimentar dos consumidores. Não existe maior flagelo para os agentes integrantes na fileira, tanto ao nível da imagem da organização como dos produtos. Mas, o fracasso de uns pode representar uma oportunidade para outros. Por exemplo, a BSE ou a gripe das aves abriram as portas a outros concorrentes do ramo das carnes frescas. Um eventual problema com a carne DOP poderia abalar toda a cadeia de valor e a sua imagem junto dos consumidores. Por essa razão, o Agrupamento de Produtores exerce grande controlo sobre a alimentação animal, os fármacos e outros. Os criadores têm de fazer prova de que a alimentação ministrada aos animais é certificada, comprada na fábrica de alimentos compostos para animais constituída pelo Agrupamento ou que pertence à lista de produtos permitidos para alimentação dos bovinos. Porém, o risco pode surgir em qualquer elo da cadeia de valor, pelo que é necessário um controlo muito apertado junto de todos os actores intervenientes na fileira que permita sustentar as estratégias de **crescimento concentrado** e de **qualidade**.

No cenário mais pessimista, ou seja, num cenário no qual persistam alguns dos estrangulamentos a seguir listados, a estratégia de **liquidação** da fileira da carne Mirandesa DOP poderá ser a única solução. Nesta situação, nada mais restará à Organização do que vender o imobilizado e encerrar as portas.

- O acentuado abandono da produção pecuária que sustenta os produtos DOP e IGP. Para tal, muito têm contribuído, a falta de adesão à produção da raça bovina

Mirandesa dos agricultores, o padrão da estrutura fundiária na região muito parcelado, bem como o preço das terras muito elevado. Estes factores condicionam fortemente o desenvolvimento da actividade, não estando assegurada a reprodução dos sistemas agrários tradicionais, o que debilitará ainda mais a promoção das zonas desfavorecidas no Interior Norte de Portugal. Tudo isto tem vindo a contribuir para a perda do “carácter não deslocalizável da produção” referido anteriormente. De facto, a raça Mirandesa tem vindo a ganhar adeptos no Alentejo e no Algarve, por ter melhores condições de produção ao nível da dimensão das explorações, condição fundamental para a rentabilidade das estruturas familiares deste sector.

- Os custos de produção dos produtos com nome protegido são mais elevados. Para além das matérias-primas, mão-de-obra, entre outros custos de produção, todo o processo burocrático de controlo da qualidade para a obtenção do signo DOP implica custos acrescidos, pelo que, os produtores reformados, os idosos com pensões reduzidas e os que possuem explorações de pequena dimensão, não estão dispostos a aderir à venda da carne com a menção DOP. Com este quadro, estes produtores não encontram incentivo para investir e inovar na sua exploração.
- As raças autóctones com nome protegido possuem ritmos de crescimento menos acelerados que as raças concorrentes, o que implica uma menor produtividade e retornos monetários mais tardios e espaçados.
- As grandes superfícies asseguram a venda da maior parte da produção com representação do produto em vários pontos do país, todavia, existe alguma confusão por parte dos consumidores sobre o que é um produto DOP, devido a alguma falta de eficiência dos órgãos promotores na divulgação do efectivo significado dos produtos que gozam desta denominação. Existe, igualmente, alguma carência de informação sobre os produtos protegidos por parte dos vendedores nos diferentes postos de transacção.
- A região de produção é afastada dos locais de transformação e de consumo. Os consumidores situam-se a mais de 300 km e as estruturas de transformação a mais de 150 km.
- A fraude que deriva da inexistência de um controlo efectivo entre a produção e a restauração. Por isso, urge uma maior fiscalização das unidades de transformação que produzem carnes sem estatuto de protecção, que concorrem directamente com as carnes DOP.

É neste contexto que os centros de decisão, antes das deliberações no campo do sector primário, devem olhar para o agricultor individual. Não se podem avaliar os projectos dos agricultores individuais fora do contexto local e sem enquadrar o impacto que os produtos com menções de qualidade oferecem ao enquadramento regional. A competitividade da produção primária, para além de depender das decisões dos organismos estatais, depende também das estruturas de transformação que, por sua vez, gerarão a criação de emprego sustentado na região. Sem o encadeamento dos vários actores da cadeia de valor com a região envolvente a actividade está ameaçada. Assim, segundo Barros e Fragata (1992), a política agrícola deve deslocar a análise do empresário agrícola ideal para os agricultores concretos, do desejo único de uma agricultura especializada para a potenciação da diversidade dos sistemas de produção agrícola, do campo estritamente agrícola para o campo rural e das tecnologias

produtivistas para as ecologicamente adaptadas e que tenham em atenção o condicionalismo social e a lógica da exploração familiar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O crescimento da fileira da carne Mirandesa DOP tem vindo a assentar numa estratégia de crescimento concentrado na qual a carne em fresco é o pilar lucrativo. A sinergia que resulta da aplicação combinada da estratégia da diferenciação com a estratégia da qualidade tem permitido valorizar uma produção que, tradicionalmente, era pouco rentável. Mas, para que o rendimento do produtor da carne Mirandesa DOP possa ser aumentado, outras estratégias se impõem. Actualmente, está em implementação uma estratégia que assenta no desenvolvimento do produto de que é exemplo o chouriço mirandês. Num futuro próximo, a diversificação concêntrica poderá revelar-se uma estratégia atractiva pois permite reduzir o risco de exploração através da participação em actividades nas quais as tecnologias, os mercados ou os produtos são similares. Esta estratégia é, especialmente, interessante porque permite valorizar partes da carcaça que, até agora, pouco ou nada eram aproveitadas. Por esta via, consegue-se atingir um dos objectivos estratégicos propostos, ou seja, consegue-se aumentar o rendimento dos criadores desta raça.

Devido a alguns problemas estruturais, designadamente, a estrutura fundiária na qual predominam explorações muito fragmentadas e de pequena dimensão não é possível, para já, pensar no aumento da oferta que permita prosseguir estratégias de penetração de mercado ou desenvolvimento do mercado consoante se esteja a pensar na entrada em mercados actuais ou em mercados novos, respectivamente. Num cenário optimista no qual tais problemas possam ser ultrapassados, nomeadamente, através de políticas governamentais promotoras do emparcelamento, a dimensão das explorações poderá aumentar de modo a permitir encabeçamentos que tornem as explorações mais rentáveis. Esta actividade tornar-se-ia mais atractiva, captando novos criadores que contribuiriam para fazer face a uma crescente procura de produtos são, naturais e tradicionais. No cenário pessimista, no qual os problemas referidos persistam restam duas estratégias, nomeadamente, a estratégia de redução de custos que apenas conseguirá adiar o inevitável, ou seja, a implementação de uma estratégia de liquidação.

BIBLIOGRAFIA

- ACBRM, (2007), *http://www.mirandesa.pt*, Associação de Criadores de Bovinos de Raça Mirandesa, Julho.
- Alves, R., (2006), “*Atitudes do Consumidor face a alimentos DOP: o caso da carne de bovino em Bragança*”, Relatório de estágio, Escola Superior Agrária de Bragança, Bragança.
- Andrade, L., Alberto, D., Rodrigues, J. e Chabert, J., (1997), “*Typical Livestock Products and Rural Development – The study case of Fine Wool*”, 2th European Workshop of the LSIRD network – “Improving market integration and value-adding in domestic livestock enterprises in disadvantaged regions – the

- implications for future research “, University of Kassel, Witzenhausen, Alemanha, 27-29th September.
- Baptista, A., Gusmão, F., Rebelo, V. e Caseiro, F., (2000), *Agricultura e Desenvolvimento Rural: Diagnóstico, linhas de estratégias e propostas de acção*, Fórum de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real.
- Barros, V. e Fragata, A., (1992), *A Agricultura Familiar e os Desafios da Integração no Mercado Comum*, Instituto Nacional de Investigação Agrícola, Lisboa.
- CCDRA, (2003), “*Estudo para a valorização dos produtos regionais*”, Relatório Final, Comissão de Coordenação de Desenvolvimento Regional do Alentejo, Évora.
- Barroso, M. e Madureira, T., (2005), *Marketing pequenas e médias explorações agrícolas*, Sociedade Portuguesa de Inovação, Porto.
- Cristóvão, A., Tibério, M. e Teixeira, M., (2001), “*Produtos DOP/IGP da região de Trás-os-Montes em Análise*”, II Seminário de Investigação e Desenvolvimento Local, Departamento de Economia Agrária e Sociologia Rural, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 12 de Abril.
- Direcção Geral Desenvolvimento Rural (DGDR), (2000), “*Produtos tradicionais 1998: Apresentação e análise de dados sobre produção, preços e comercialização*”, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- Direcção Geral Desenvolvimento Rural (DGDR), (2001), “*Produtos tradicionais 1999: Apresentação e análise de dados sobre produção, preços e comercialização*”, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- Direcção Geral Desenvolvimento Rural (DGDR), (2002), “*Produtos tradicionais 2000: Apresentação e análise de dados sobre produção, preços e comercialização*”, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- Direcção Geral Desenvolvimento Rural (DGDR), (2003), “*Produtos tradicionais 2001: Apresentação e análise de dados sobre produção, preços e comercialização*”, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- François, M., (2000), “Comercializar os Produtos Locais Através dos Circuitos Curtos”, *In: Charlier, C. (Prod.). Comercializar os Produtos Locais. Circuitos Curtos e Circuitos Longos*, Observatório Europeu LEADER, Bruxelas, pp. 9-52.
- Gabinete de Planeamento e Políticas (GPP), (2007), “*Carne: Diagnóstico Sectorial*”, Ministério da Agricultura do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- Giraud G. e Lebecque, A., (2000), “Comportements d'achat des consommateurs envers le camembert AOC de Normandie”, *Économie Rurale*, n°258, pp. 19-29.
- Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica (IDRHa), (2003), *Produtos tradicionais com nomes protegidos 2001: Apresentação e análise de dados sobre produção, preços e comercialização*, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica (IDRHa), (2004), *Produtos tradicionais com nomes protegidos: Apuramentos 2002*, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica (IDRHa), (2005), *Produtos tradicionais com nomes protegidos: Apuramentos 2003*, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.

- Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica (IDRHa), (2006), *Produtos tradicionais com nomes protegidos: Apuramentos 2004*, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica (IDRHa), (2007), *Produtos tradicionais com nomes protegidos: Apuramentos 2005*, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.
- Mello, L. (2004), “*E-Marketing: Análise SWOT de Web sites de produtos tradicionais de qualidade e recomendações para a sua construção*”, I Congresso Luso-Brasileiro de Tecnologias de Informação na Agro-Pecuária, Lisboa.
- Nobre, S. (2005), “*A criação de vacas mirandesas em Trás-os-Montes: O caso de alguns criadores mais jovens*”, In: Barros, V. e Ramos, J. (Coords.), *Evolução da Família Agrícola*, Instituto Nacional de Investigação Agrária e das Pescas. Lisboa, pp. 68-87.
- Portela, J., Baptista, A., Rebelo, V., Pires, A. e Diniz, F., (1992), *Situação Actual e Evolução Recente do sector Agrário do Alto Trás-os-Montes e Douro*, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real.
- Portugal, A., (1988), “*Como defender a produção animal com características próprias: Defesa das Raça Autóctones*”, *Revista Técnica de Extensivo*, Vol. 1, nº. 0, pp. 8-12.
- Rodrigues, A., Andrade, L. e Rodrigues, J., (1998), “*Extensive beef cattle production in Portugal: the added value of indigenous breeds in the beef market*”, 2nd LSIRD Conference on Livestock production in the European LFAs, Bray, Ireland, December.
- Santos, C., (2000), *A procura da carne em Portugal*, Gabinete de Planeamento e Política Agro-Alimentar, Lisboa.
- Simões, J., Portela, J. e Cepeda, F., (1996), *A região fronteiriça de Trás-os-Montes – Diagnóstico e estratégia de desenvolvimento*, Série Monografias y Estudios, Fundación Rei Afonso Henriques, Zamora.
- Sousa, F. (1998), *Sistemas Agrários e Melhoramento dos Bovinos de Raça Mirandesa: O Caso da Freguesia de Paçó*, Série de Estudos, Instituto Politécnico de Bragança, Bragança.
- Sousa, F. e Almeida, J., (2004), “*Raça Bovina Mirandesa*”, II Jornadas Técnicas de raças Bovinas Autóctones, Escola Superior Agrária de Castelo Branco, Castelo Branco, 5 e 6 de Maio.
- Tibério, M. e Cristóvão, A., (2001), “*Produtos Tradicionais e Desenvolvimento Local: O caso da designação protegida Queijo Terrincho DOP*”, I Congresso de Estudos Rurais: Território, Agricultura e Desenvolvimento, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, 16 a 18 de Setembro.
- Vieira, J., Fernandes, A., Bernardo, A., Martins, V. e Moreira, N. (2004). *Os Lameiros e a Sustentabilidade dos Sistemas de Produção Agro-pecuários de Montanha em Trás-os-Montes*, II Congresso de Estudos Rurais: Periferias e Espaços Rurais, Universidade dos Açores, Angra do Heroísmo, 29 de Setembro a 3 de Outubro.