

**Mestrado em Ciências do Consumo Alimentar**

**ORIGEM E RASTREABILIDADE DA  
CARNE E DO PEIXE NA PERSPETIVA  
DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO  
EXPLORATÓRIO**

Fábio Esidério Franco

Porto, Outubro de 2014

**Mestrado em Ciências do Consumo Alimentar**

**ORIGEM E RASTREABILIDADE DA  
CARNE E DO PEIXE NA PERSPETIVA  
DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO  
EXPLORATÓRIO**

Fábio Esidério Franco

Sob a orientação do Professor Ulisses Miranda Azeiteiro e a coorientação  
da Professora Doutora Ana Pinto de Moura

Porto, Outubro de 2014

# SUMÁRIO

A globalização e a necessidade de aumentar a qualidade dos produtos alimentares impulsionaram a incorporação dos sistemas de rastreabilidade, capazes de dar resposta à otimização da cadeia de fornecimento. Os mecanismos de rastreabilidade devem assim assegurar o seguimento do produto desde a produção até ao consumidor final.

O presente trabalho visa avaliar o conhecimento do conceito rastreabilidade e os principais fatores que influenciam as decisões de compra dos géneros alimentícios para os consumidores, em particular para as seguintes categorias alimentares: carne e peixe.

Para o efeito, foram realizados 164 inquéritos a indivíduos em Portugal Continental, entre 1 de maio a 30 de novembro de 2013.

Os inquiridos relevaram não conhecer o significado da palavra rastreabilidade no contexto alimentar e demonstram insegurança nos sistemas de rastreabilidade. No entanto, para as categorias de produto carne e peixe, a realização deste estudo exploratório permite afirmar que os consumidores portugueses valorizam os produtos nacionais, verificando-se ainda que o fator referido pelos inquiridos como o mais valorizado quer para a carne como para o peixe foi o aspeto, seguido do modo de criação e captura no mar, para aquisição de carne e peixe, respetivamente. Conclui-se ainda que apesar da situação económica, os consumidores portugueses estão dispostos a adquirir produtos certificados embora sejam mais dispendiosos.

## **Palavras-Chave:**

Carne, confiança, consumidor, origem, peixe, rastreabilidade.

# ABSTRACT

Globalization and the need to increase the quality of food products boosted the incorporation of traceability systems capable of responding to the optimization of the supply chain. Traceability mechanisms should therefore ensure follow-up of the product from production to the final consumer.

This study aims to evaluate the knowledge of traceability concept and the main factors that influence the purchase decisions of food for consumers, particularly for the following food categories: meat and fish.

To this end, 164 surveys were carried out to individuals in Portugal, from 1 May to 30 November 2013.

Respondents showed not know the meaning of traceability in food insecurity in context and demonstrate traceability systems. However, for the categories of meat and fish products, the realization of this exploratory study to suggest that the Portuguese consumers value domestic products, checking also that the factor mentioned by respondents as the most prized both for meat and for fish was the appearance, followed by the creation mode and capture at sea, for the purchase of meat and fish, respectively. It is concluded that even though the economic situation, the Portuguese consumers are willing to purchase certified products although they are more expensive.

Keywords:

Confidence, consumer, fish, meat, origin, traceability.

# AGRADECIMENTOS

Ao longo de toda a minha vida académica, foram várias as etapas quase impossíveis de ultrapassar, mas com companheirismo e entreaajuda tudo ficou mais fácil.

Agradeço aos meus pais, José Francisco Franco e Maria Isilda Esidério Lourenço a oportunidade de vida, sem ela era de todo impossível.

Agradeço a minha irmã, Carla Franco pelo apoio ao longo da minha vida académica.

Agradeço ao meu filho, Gustavo Franco que apesar da atenção que lhe é necessária dar devido a sua tenra idade, deixou-me estar inúmeras horas em frente ao computador.

Agradeço a minha esposa, Marília Avelar por todo o apoio dedicado ao longo destes anos, e sobretudo nestes dois últimos anos que foram verdadeiramente intensos ao nível pessoal, profissional e escolar.

Agradeço a todos os meus familiares, amigos e colegas que participaram na realização desta tese nomeadamente através da realização do inquérito.

Agradeço a disponibilidade do Professor Ulisses Miranda Azeiteiro, enquanto orientador deste trabalho, pelos seus ensinamentos e orientação.

Agradeço a Doutora Professora Ana Pinto de Moura, enquanto coorientadora deste trabalho, pelos seus ensinamentos e apoio na aplicação das metodologias e sua relação com as temáticas abordadas.

# Índice

LISTA DE SÍMBOLOS .....	VIII
LISTA DE QUADROS .....	IX
LISTA DE FIGURAS .....	X
1. INTRODUÇÃO.....	1
2. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR FACE AOS PRODUTOS ALIMENTARES: A PERCEÇÃO DA IMPORTÂNCIA DA SEGURANÇA ALIMENTAR E DA RASTREABILIDADE .....	4
2.1. Comportamento do Consumidor e o Processo de Compra de Alimentos.....	5
2.2. Rastreabilidade para o consumidor .....	7
2.3. A importância da rastreabilidade na carne para o consumidor .....	8
2.4. A importância da rastreabilidade no pescado para o consumidor.....	9
2.5. Rastreabilidade.....	10
2.5.1. Objetivos e importância da rastreabilidade .....	13
2.5.2. Vantagens da rastreabilidade para o consumidor, setor privado e autoridades..	14
2.5.3. Rastreabilidade a montante e jusante .....	15
2.5.4 Rastreabilidade, qualidade e HACCP .....	16
2.5.5. Responsabilidades do operador económico .....	19
2.5.6. Sistema Europeu de Alerta Rápido para os Géneros Alimentícios e Alimentos para Animais (RASFF).....	20
3. A IMPORTÂNCIA DA RASTREABILIDADE NO ABASTECIMENTO DE CARNE E DE PEIXE .....	25
3.1. A Carne .....	26
3.1.1. Consumo de carne .....	26
3.1.2. Rotulagem da carne .....	29
3.2. Produtos da pesca.....	31
3.2.1. Consumo de Produtos da pesca .....	31
3.2.2. Rotulagem dos produtos da pesca .....	32

4. MATERIAL E MÉTODOS .....	36
4.1. Objetivo do estudo .....	37
4.2. Apresentação da metodologia .....	37
4.3. Estrutura e desenho do questionário .....	37
4.4. Análise estatística .....	38
5. RESULTADOS .....	40
5.1. Caracterização sociodemográfica dos respondentes.....	41
5.2. Conhecimento e confiança nos sistemas de rastreabilidade .....	42
5.3. Determinantes de compra .....	43
5.3.1. Análise descritiva .....	43
5.3.2. Inferência estatística: comparação de grupos.....	49
6. DISCUSSÃO E CONCLUSÃO .....	52
6.1. Discussão dos resultados .....	53
6.2. Conclusão.....	56
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	58
8. ANEXOS .....	68
ANEXO I: Inquérito do Estudo .....	69
ANEXO II : Lista de produtos certificados .....	73
ANEXO III: Caso prático de rastreabilidade.....	77

# LISTA DE SÍMBOLOS

DOP – Denominação de Origem Protegida

ETG – Especialidade Tradicional Garantida

EU – União Europeia

HACCP - Hazard Analysis and Control of Critical Points - Análise de Perigos e Controlo de Pontos Críticos

IGP – Indicação Geográfica Protegida

INE – Instituto Nacional de Estatística

OESA - Operadores das Empresas do Setor Alimentar

RASFF – Rapid Alert System for Food and Feed - Sistema de Alerta Rápido de Géneros Alimentícios e Alimentos para Animais

SAR - Sistema de Alerta Rápido

# LISTA DE QUADROS

- Quadro 1: Evolução das notificações originais do sistema RASFF (2008 – 2012).
- Quadro 2: Evolução das notificações de acompanhamento do sistema RASFF (2008-2012).
- Quadro 3: Evolução das notificações do sistema RASFF (2009-2012).
- Quadro 4: Consumo humano *per capita* (kg/hab.) de carne de bovino.
- Quadro 5: Consumo humano *per capita* (kg/hab.) de carne de animais de capoeira.
- Quadro 6: Consumo humano *per capita* (kg/hab.) de carne de animais de suínos.
- Quadro 7: Consumo humano *per capita* (kg/hab/ano) de produtos da pesca.
- Quadro 8: Codificação das zonas de captura.
- Quadro 9: Exemplo de rótulo que satisfaz os requisitos da EU.
- Quadro 10: Características sociodemográficas das amostras (n=164).
- Quadro 11: Relação entre o conhecimento da palavra rastreabilidade e as habilitações académicas.
- Quadro 12: Relação entre aquisição de produtos certificados e o nível económico dos inquiridos.
- Quadro 13: Relação do conhecimento da palavra rastreabilidade com a confiança nos sistemas de rastreabilidade.
- Quadro 14: Diferenças significativas nos fatores de preferência na aquisição de carne e peixe de produção nacional com a idade.

# LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Etapas do processo de fabrico de enchidos.

Figura 2: Representação gráfica dos inquiridos sobre a confiança do lote para garantir a origem do produto alimentar.

Figura 3: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de maior importância na compra de carne de frango.

Figura 4: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de menor importância na compra de carne frango.

Figura 5: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de maior importância na compra de carne de porco.

Figura 6: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de menor importância na compra de carne de porco.

Figura 7: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de maior importância na compra de carne de bovino.

Figura 8: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de menor importância na compra de carne de bovino.

Figura 9: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de maior importância na compra de peixe.

Figura 10: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de menor importância na compra de peixe

Figura 11: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de importância de compra dos vários tipos de carne.

Figura 12: Representação gráfica dos inquiridos pelos fatores de importância de compra de peixe.

Figura 13: Representação gráfica dos inquiridos pela aquisição de produtos certificados.

# **1. INTRODUÇÃO**

De acordo com o artigo 2.º, n.º 1, da Lei de Defesa do Consumidor, “considera-se consumidor todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios”.

Os mercados de alimentos encontram-se cada vez mais globalizados, e os consumidores encontram-se preocupados com a origem dos alimentos que ingerem do seu dia-a-dia.

A confiança do consumidor na segurança dos produtos alimentares foi abalada nas últimas décadas, pelos impactos cumulativos de crises em matéria de saúde relacionadas com os alimentos.

De forma a dar resposta a estas situações, a União Europeia tenta aplicar uma estratégia global para restaurar a confiança junto dos consumidores criando segurança nos alimentos que consomem, e desta forma recuperar expressões que atestam a proveniência dos bens alimentares: “do prado ao prato”, “desde a exploração agrícola até à mesa”, “do campo à mesa”. A nível europeu encontra-se legislado a obrigatoriedade da rastreabilidade nos produtos alimentares onde existe informações sobre a origem, processamento, distribuição e destino final (Regulamento nº 178/2002).

Para credibilizar os consumidores encontra-se em melhoramento os sistemas de rastreabilidade que identifiquem o produtor, o local de produção e que esta informação chegue até ao consumidor final.

O consumidor está atento, as informações mencionadas na rotulagem dos produtos alimentares nomeadamente no que refere à sua origem, dando preferência a aquisição de produtos de origens conhecidas (Kehagia *et al.*, 2007). Os consumidores acreditam que os produtos vindos de fora das suas regiões ou do seu país geram menor confiança e por consequência é um fator de menor qualidade e de insegurança (Plessis, 2012).

O estudo de Rijswijk *et al.* (2012) dá conta que os consumidores associam a rastreabilidade aos termos de saúde, segurança, qualidade e controle, dos quais o último foi associado a conceitos de confiança e segurança. De acordo com os estudos de Verbeke *et al.* (2006) os resultados demonstraram que o interesse do consumidor pela rastreabilidade (lotes) é baixa, já no campo da origem o interesse é médio-alto tendo uma relação direta com a qualidade do produto.

Segundo um estudo de Furnols *et al.* (2011) a origem da carne foi o fator mais importante para determinar a decisão de compra do consumidor, seguida pelo modo de alimentação do animal. Tendo o preço da carne menor importância na determinação nas decisões de

compra. Semelhantes conclusões chegou Schnettler *et al.* (2008), a origem da carne é mais importante que o preço ou a embalagem.

De acordo com Pouta *et al.* (2010) identificou que os consumidores de carne têm afinidade para a produção nacional e o bem-estar animal, representado o método de produção menor significado no consumidor.

No que refere ao campo monetário, os consumidores estão geralmente dispostos a pagar mais se houver informação fidedigna na origem da carne (Kehagia *et al.*, 2007).

Os consumidores de peixes de viveiro, não dão importância a origem, a apresentação (aspeto visual) é determinante durante a compra de peixes e processo de decisão de consumo (Vanhonacker *et al.*, 2011).

Segundo Claret *et al.* (2012), os fatores mais importantes para os consumidores quando adquirem peixe foram pela seguinte ordem, o país de origem, o método de captura do mar e a frescura do peixe.

Revela-se alguma discordância na literatura em relação a importância dada a rastreabilidade e aos fatores preferenciais na aquisição dos produtos alimentares por parte dos consumidores.

O presente trabalho visa avaliar a influência que a rastreabilidade assume nas decisões de compra dos produtos alimentares para os consumidores, em particular para as seguintes categorias alimentares: carne e peixe.

**2. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR  
FACE AOS PRODUTOS ALIMENTARES: A  
PERCEÇÃO DA IMPORTÂNCIA DA  
SEGURANÇA ALIMENTAR E DA  
RASTREABILIDADE**

## **2.1. Comportamento do Consumidor e o Processo de Compra de Alimentos**

O consumo alimentar é assegurado por um conjunto de agentes económicos ligados por atos de produção, consumo e trocas, que desenvolvem entre si relações comerciais, financeiras e sociais num determinado espaço geográfico, a designada cadeia de abastecimento alimentar.

A compra dos produtos de consumo comporta poucos riscos, excetuam-se as situações em que o consumidor duvida quanto à segurança alimentar (Moura, 2006). No entanto, o crescente interesse e preocupação dos consumidores no modo como os alimentos são produzidos levou a uma necessidade de diferenciação dos métodos de produção (Pouta *et al.*, 2010).

Segundo a norma internacional ISO 22000:2005 (*Food Safety Management Systems*) é considerado alimento seguro quando existe a perceção que ele não constitui perigo (origem química, física ou biológica) para o consumidor e quando preparado e/ou consumido em conformidade com as especificações.

Abordando a questão da segurança alimentar, considera-se que o alimento é um componente fundamental inerente ao bem-estar físico e simultaneamente constitui uma grande fonte de preocupação, prazer e *stress* (Rozin *et al.*, 1999). Cada alimento deve ser seguro, esteticamente agradável, com bom gosto, e de acordo com a imagem do produto (Wilcocks *et al.*, 2004). Rohr *et al.* (2005) constatam que o sentimento de insegurança diminuiu e a perceção de qualidade dos alimentos tem vindo a crescer significativamente, desde 1994 até 2002.

A segurança alimentar tem uma dimensão baseada na credibilidade, dado que a mesma se baseia na informação obtida e sustentada pelo consumidor (Rohr *et al.*, 2005). Estes autores distinguem dois tipos de consumidores. Os consumidores sensíveis ao preço e os consumidores sensíveis às variáveis intrínsecas à segurança alimentar. Os primeiros acabam por não estar preocupados com fatores como a origem do produto, local de produção e aquisição, mas basicamente impulsionados pela variável preço.

O risco, qualquer que seja a sua génese está diretamente associado à atividade do consumidor, e resulta quer dos produtos, quer da situação de compra ou escolha dos mesmos, agregando em si um grau de incerteza. A perceção de redução do risco é atingida mediante a componente do conhecimento racional, no entanto esta avaliação acresce uma vertente fundamental, fruto da experiência empírica e emocional (Cardoso, 2009).

Define-se tecnicamente risco como sendo uma função da probabilidade de um efeito nocivo para a saúde e da gravidade desse efeito, como consequência de um perigo. Deste modo, dois constituintes do risco são identificados: a probabilidade de ocorrência de um determinado perigo e a magnitude das consequências dessa mesma ocorrência (Moura, 2006).

Através de vários trabalhos realizados, tem-se tentado explorar as preocupações dos cidadãos sobre questões relacionadas com alimentos. Os resultados dos Eurobarómetros (Eurobarómetro, 2006, 2010), reflete os últimos trabalhos efetuados em cidadãos europeus. Verifica-se que 9% dos inquiridos afirmam que não associam quaisquer problemas ou riscos à comida e ao que consomem. No entanto, outros identificam as suas preocupações. A presença de produtos químicos produtos, pesticidas e substâncias tóxicas (pesticidas na fruta e nos cereais, resíduos de antibióticos e de hormonas na carne, poluentes, como é o caso do mercúrio no peixe e as dioxinas na carne de porco) é a preocupação mais comum, citado espontaneamente por quase um em cada cinco entrevistados (19%). A intoxicação alimentar (caso das infeções alimentares por *salmonella* nos ovos ou *listeria* no queijo) é a segunda, mencionado por um em cada oito entrevistados (12%), seguindo doenças relacionadas com a alimentação (10%). Com igual percentagem (9%) seguem as preocupações com a falta de frescura dos alimentos e os aditivos, cores e conservantes utilizados nos alimentos. O estudo releva que 8% dos inquiridos encontram-se preocupados com os alimentos geneticamente modificados e com igual percentagem (7%) considera a alimentação desequilibrada (rica em açúcar, gorduras e calorias) e o desconhecimento do que estão a comer (rastreabilidade dos alimentos e origem dos produtos). Com percentagens menores encontra-se as alergias (4%), as preocupações ambientais (3%), a encefalopatia espongiforme bovina (BSE) ou a chamada "doença da vaca louca" (2%).

De acordo com Cunha e Moura (2008), num estudo realizado em Portugal, entre 2003 e 2007, intitulado: "O comportamento do consumidor face à segurança e qualidade alimentares: perceção do risco e rotulagem" onde avaliou o comportamento do consumidor face à perceção do risco. Constatou-se que, o que mais preocupa os portugueses é o desemprego e SIDA (ambos 70%), com o mesmo grau de preocupação, seguidos do terrorismo (59%), a miséria e exclusão (48%) e a insegurança (41%), só em décimo lugar na escala das preocupações surgem os riscos alimentares (27%).

Dentro dos riscos alimentares, os inquiridos portugueses preocupam-se em primeiro lugar com as gorduras (60%), seguindo, o excesso de sal (59%), pesticidas (48%) e só em sexto

lugar aparece a preocupação com alimentos contaminados com bactérias (46%) (Cunha *et al.* 2010).

## **2.2. Rastreabilidade para o consumidor**

O consumidor é o elo final da cadeia alimentar, que começou no campo ou produtor primário. O consumidor preocupa-se com vários aspetos relacionadas com a comida que compra.

Uma série de trabalhos foram publicados sobre as preferências e percepções dos consumidores em relação ao consumo de alimentos. Neste modo é possível obter informações sobre a percepção dos consumidores em relação a rastreabilidade. Segundo Kehagia *et al.*, (2007), existe uma grande heterogeneidade dos consumidores europeus, o que não é surpreendente, que eles tenham diferentes compreensões do conceito "rastreabilidade". Os consumidores podem também perceber a rastreabilidade de forma diferente para diferentes tipos de produtos.

No estudo efetuado por Kehagia *et al.*, (2007) foram analisados consumidores de 12 países da Europa com alimentos tão distintos como a carne e o mel. Verificou-se que existem resultados diferentes na compreensão do conceito rastreabilidade nos diferentes países. Existem também diferenças entre as expectativas dos consumidores sobre a rastreabilidade e as informações de que necessitam. Verifica-se que as embalagens são vistas como uma forma importante de comunicação com os consumidores, embora possam ser melhoradas nos aspetos da acessibilidade, e na facilidade de compreensão da informação dada.

Outro estudo realizado por Rijswijk *et al.*, (2012), onde foram inquiridos consumidores de quatro países europeus, dá conta que os consumidores associam a rastreabilidade aos termos de saúde, segurança, qualidade e controle, dos quais o último foi associado a conceitos de confiança e segurança. Os resultados mostram que a rastreabilidade pode contribuir para melhorar a confiança do consumidor.

Para Bai *et al.*, (2007) a principal função de um sistema rigoroso de segurança alimentar num país como a China consiste em fomentar a confiança dos consumidores na indústria alimentar.

Mediante a aplicação de um inquérito verificou-se que mais de metade dos consumidores chineses estavam seriamente preocupados com a segurança alimentar, confirmado pelo facto de metade dos inquiridos considerarem que os alimentos presentes no mercado

alimentar chinês não eram seguros, levando o Governo Chinês a implementar o sistema de segurança e qualidade alimentar, tentando recuperar a confiança dos consumidores em alimentos que foram gradualmente excluídos das listas de compras (Bai *et al.*, 2007).

### **2.3. A importância da rastreabilidade na carne para o consumidor**

De acordo com os estudos de Verbeke *et al.*, (2006) onde foram inquiridos na Bélgica consumidores de carne de bovino para determinar se as informações que constam nos rótulos, se revelam alguma importância, se demonstram algum interesse e se representam alguns sinais de qualidade perante menções. Os resultados demonstraram que o interesse do consumidor pela rastreabilidade (lotes) é baixa, já no campo da origem o interesse é médio-alto tendo uma relação direta com a qualidade do produto.

A análise de Olga *et al.*, (2007) também não foi conclusiva quanto a importância que os consumidores dão a rastreabilidade (códigos nos rótulos) que surgem nas embalagens.

Um estudo realizado em Portugal denota que na aquisição de carne bovina, a marca é um fator extrínseco da qualidade do produto e dá pistas na percepção da qualidade intrínseca. Já a segunda intenção de compra é influenciada pela satisfação positiva da primeira, Banovic *et al.*, (2009).

Segundo um estudo de Furnols *et al.*, (2011) sobre a carne de cordeiro, a origem da carne foi o fator mais importante para determinar a decisão de compra do consumidor, de seguida o sistema de alimentação. Tendo o preço da carne papel menor na determinação do consumo decisões de compra. Semelhantes conclusões chegou Schnettler *et al.*, (2008), a origem da carne é mais importante que o preço ou a embalagem para a carne de bovino.

Pouta *et al.*, (2010) identificou que os consumidores de carne têm afinidade para a produção nacional e o bem-estar animal, representado o método de produção menor significado no consumidor.

Por outro lado, com as indicações de Rijswijk *et al.*,(2012), os consumidores associam a rastreabilidade aos termos de saúde, qualidade, segurança e controle. Onde o controle releva confiança e segurança no produto que consomem. Neste modo dar informações sobre a rastreabilidade do produto melhora a confiança do consumidor.

Rijswijk *et al.*, (2012) revela que os consumidores querem ter informação detalhada dos processos de produção dos alimentos nos rótulos.

No que refere ao campo monetário, os consumidores estão geralmente dispostos a pagar mais se houver informação fidedigna na origem da carne (Kehagia *et al.*, 2007).

Apesar do crescente interesse pelos em sistemas de rastreabilidade de carne, tem sido pouca a pesquisa efetuada sobre as necessidades dos consumidores e a percepção de rastreabilidade (Xavier *et al.*, 2001).

Por ultimo a certificação do produto faz com que o consumidor tenha a certeza que o produto é de onde realmente menciona no rótulo. Dando credibilidade da origem da carne aos consumidores (Plessis *et al.*, 2012).

## **2.4. A importância da rastreabilidade no pescado para o consumidor**

A rastreabilidade do peixe é vista de uma maneira distinta da rastreabilidade da carne por parte do consumidor. Existindo apenas três preocupações, se os peixes são de aquicultura, viveiros ou selvagens.

No que refere a rastreabilidade nos peixes, os consumidores europeus têm pouco conhecimento a respeito as suas origens. Isso resulta uma incerteza na percepção dos consumidores de peixes de aquicultura em particular (Vanhonacker *et al.*, 2011).

A afinidade para os peixes de viveiro é positiva em geral. Os consumidores não prioridade a informação sobre a origem do peixe, embora a variação está presente entre diferentes grupos de consumidores (Vanhonacker *et al.*, 2011).

Os consumidores de peixes de viveiro, não dão importância a origem. Aqui, a apresentação (aspeto visual) é determinante durante a compra de peixes e processo de decisão de consumo (Vanhonacker *et al.*, 2011).

Num estudo de Pieniak (2007) a confiança nas fontes de informação sobre o peixe numa amostragem em vários países da Europa (Bélgica, Holanda, Dinamarca, Espanha e Polónia) verifica que a confiança dos consumidores em relação aos dados apresentados nos rótulos (origem, rastreabilidade), 24 % não acredita, 41,4% aceita e 34,6% estão confiantes. Segundo Claret *et al.*, (2012), os fatores mais importantes para os consumidores quando adquirem peixe foram pela seguinte ordem, o país de origem, o método de captura do mar e a frescura do peixe.

Segundo Verbeke (2007), num estudo realizado na Bélgica entre abril de 2003 e maio de 2004, releva que as médias de percepção foram ligeiramente em favor de peixes selvagens no que respeita aos atributos de sabor, saúde e valor nutritivo, em particular nos consumidores com 55 anos ou mais. A disponibilidade de peixes de viveiro foi percebida a ser melhor do que a dos peixes selvagens, enquanto a percepção da segurança do consumidor não diferiu entre os peixes de viveiro e selvagem. As discussões dos grupos

focais indicaram que opiniões e crenças dos consumidores sobre peixes de viveiro são baseadas principalmente na emoção e de transferência de imagem de produção pecuária intensiva terrestre em vez de consciência e conhecimento factual da aquicultura.

## **2.5. Rastreabilidade**

A rastreabilidade deve funcionar como forma de responsabilidade social dos fornecedores, distribuidores e consumidores, garantido a segurança do produto, através da identificação do registo e da rotulagem. A rastreabilidade dos alimentos é assim assegurada desde a exploração agrícola até à mesa do consumidor, tendo em conta que existe uma rigorosa vigilância e fiscalização relativamente a todos os produtos que possam entrar na nossa alimentação, incluindo os alimentos para animais que, por seu lado, vão produzir géneros alimentícios, naturais ou transformados. A produção primária pode comprometer a segurança da cadeia alimentar sempre que haja uma contaminação dos solos, da água, do ar, ao nível da produção vegetal e animal e sempre que sejam usadas más práticas agrícolas por parte dos produtores primários, nomeadamente através do uso inadequado de pesticidas, fármacos de uso veterinário. De acordo com Regulamento CE n.º 178/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de janeiro de 2002, a produção primária é entendida como "Entende-se por Produção Primária, a produção, a criação ou o cultivo de produtos primários, incluindo a colheita e a ordenha e criação de animais antes do abate; abrange também a caça, a pesca e a colheita de frutos silvestres".

Na figura 1 demonstra as várias etapas do processo de fabrico de enchidos ao qual a rastreabilidade está sempre presente. A produção primária é acompanhada, neste caso a produção de cereais que posteriormente seguem para a produção de rações que são utilizadas nas explorações pecuárias. O abate de suínos é efetuado num matadouro onde segue a desmancha dos mesmos que depois de transformados seguem para um ponto de venda.

No anexo III encontra-se descrito um caso prático de rastreabilidade com os respectivos documentos, que asseguram o processo produtivo da carne de suíno fresca.

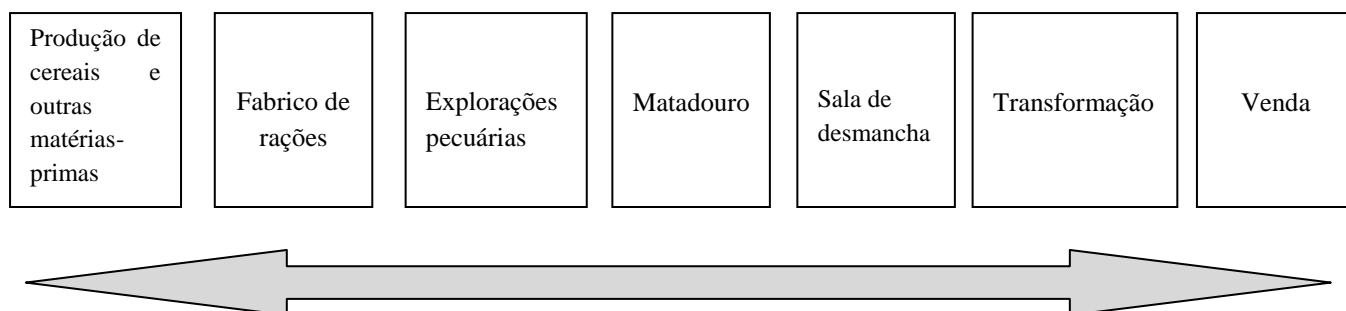


Figura 1: Etapas do processo de fabrico de enchidos.

A rastreabilidade nos produtos alimentares surge por duas razões:

Por um lado, os consumidores são cada vez mais exigentes com os produtos alimentares e a necessitam de evidências de controlo, qualidade, segurança e de transparência nos alimentos que adquirem.

Por outro, advém do compromisso e empenho, da ação da União Europeia em reformular e reforçar a legislação sobre a segurança alimentar através de um conjunto de normas abrangentes, designado como “Normas gerais da legislação alimentar”.

Este conceito vem introduzido no Regulamento n.º 178/2002, encontrando-se definido no n.º 15 do artigo 3.º, como segue:

Rastreabilidade de um género alimentício “*a capacidade de detetar a origem e de seguir o rasto de um género alimentício, de um alimento para animais, de um animal produtor de géneros alimentícios ou de uma substância, destinados a ser incorporados em géneros alimentícios ou em alimentos para animais, ou com probabilidades de o ser, ao longo de todas as fases da produção, transformação e distribuição*”

Com a aplicação, a partir de 1 julho de 2012, do Regulamento de Execução (EU) n.º 931/2011 da Comissão, de 19 de Setembro de 2011, relativo aos requisitos de rastreabilidade estabelecidos pelo Regulamento (CE) n.º 178/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho, para os géneros alimentícios de origem animal, importa esclarecer que os operadores das empresas do setor alimentar têm a responsabilidade jurídica de garantir a segurança dos géneros alimentícios e nesse sentido, necessitam de assegurar a sua rastreabilidade em todas as fases de produção, transformação e distribuição.

De acordo com o artigo 18.º do Regulamento (CE) n.º 178/2002 os Operadores das Empresas do Setor Alimentar (OESA) devem, através da abordagem “um passo atrás – um

passo em frente”, estar em condições de identificar os seus fornecedores diretos e os seus clientes diretos, exceto em caso dos consumidores finais.

No caso concreto de produtos de origem animal, as crises alimentares revelaram que os registos documentais nem sempre foram suficientes para permitir a plena rastreabilidade dos alimentos suspeitos. Nesse sentido, foi publicado o Regulamento (CE) nº 931/2011, que estabelece certas regras para o setor específico dos géneros alimentícios de origem animal, a fim de assegurar a correta aplicação dos requisitos no supramencionado artigo 18º.

Os operadores que intervêm na cadeia alimentar mas não possuem um estabelecimento aprovado (Ex: vendedor, intermediário, entrepostos frigoríficos), têm de garantir a correta aplicação dos requisitos em matéria de rastreabilidade, no qual devem facultar ao operador a quem fornecem os géneros alimentícios todas as informações referidas no artigo 3º do Regulamento (CE) nº 931/2011, nomeadamente:

- a) O nome e o endereço do operador da empresa que expediu os produtos, ou seja, o operador responsável pelo estabelecimento de onde os géneros alimentícios saíram;
- b) O nome e o endereço do proprietário, se diferente do operador da empresa que expediu os géneros alimentícios, ou seja, o operador que realiza a troca comercial, incluindo os que não dispõem de um estabelecimento do setor alimentar (exemplo: vendedor, intermediário, etc.).

Aqui também os géneros alimentícios devem sempre estar devidamente rotulados com as respetivas marcas de identificação.

A rastreabilidade é uma ferramenta da maior importância, segundo a qual as empresas do sector alimentar, quer se trate de produtores, de unidades de transformação ou de importadores, devem tomar medidas que permitam «seguir o rasto» de quaisquer géneros alimentícios ou alimentos para animais, ao longo de toda a cadeia alimentar, desde a produção até ao consumidor final.

O âmbito da importação e da admissão empresas devem poder identificar os seus fornecedores e os seus clientes, ou seja, a etapa precedente e a etapa seguinte da cadeia.

Através do estabelecimento e aplicação de um sistema de rastreabilidade, as empresas, facilmente, poderão obter a identificação do produto o número do lote ou o código de referência do produto e a sua relação com os lotes das matérias-primas e os registos de processamento e entrega, sucessivamente ao longo de todo o percurso seguido pelo produto, sendo que, em caso de surgir um perigo ou qualquer risco poder-se-á suster esse produto através da sua correta identificação, permitindo deste modo isolá-lo dos demais.

O artigo 18º do citado Regulamento sob a epígrafe rastreabilidade vem consagrar a mesma será assegurada em todas as fase de produção, transformação e distribuição, esta norma é aplicável, por força dos disposto no artigo 64º, a partir de 1 de janeiro de 2005, não obstante o Regulamento ter sido publicado em 2002, de modo a permitir que as empresas do sector pudesse, a seu tempo, instrumentalizar-se devidamente pondo em execução este sistema.

A rastreabilidade é, assim, um instrumento da maior utilidade porque permite facilmente identificar a ocorrência de qualquer perigo, nas diversas etapas a percorrer pelo produto, há um elo que facilmente pode ser quebrado, ou seja, havendo irregularidades pode, deste modo, suster-se o percurso dos produtos alimentares onde foi detetada/denunciada, promovendo-se a retirada do mercado dos mesmos e possibilita, igualmente, a instauração dos competentes processos de averiguações e da aplicação de eventuais medidas corretivas. Na implantação do sistema de rastreabilidade as vantagens decorrem para o consumidor e para o sector empresarial, o consumidor tem, desde logo, a informação que carece sobre o produto para uma tomada de decisão esclarecida, através da correta rotulagem e as empresas, face ao eventual prejuízo de retirada dos mercados desses produtos, optam por aderir a este sistema, tanto mais que através do mesmo poderá saber-se a origem dos riscos a montante (identificando a origem da mercadoria e os processos por que passou) e a jusante (sabendo onde se podem encontrar os lotes de produtos já processados e submetidos aos elos seguintes da cadeia de valor).

### *2.5.1. Objetivos e importância da rastreabilidade*

Um sistema de rastreabilidade é uma ferramenta de gestão de risco, de forma a ser utilizada na resolução de um problema de segurança alimentar, não sendo por si só uma ferramenta de segurança alimentar (FIPA, 2005).

O sistema de rastreabilidade pode definir-se como um procedimento que permite seguir e localizar os produtos, desde a sua produção, ao longo da cadeia de comercialização, mediante o registo, identificação e transmissão de informação (FIPA, 2005). Segundo Golan *et al.*, (2004) a rastreabilidade pode ser resumida a tem três objetivos principais, sendo eles, a gestão de suprimentos, segurança alimentar e controle de qualidade e diferenciação do produto.

Assim, os seus objetivos passam por, permitir que ao longo da cadeia alimentar, exista uma continuidade na informação, na medida em que, através de um sistema de registo de dados ligados às transações comerciais entre operadores económicos, se obtém um fluxo contínuo de informação associada a um fluxo físico de mercadorias.

Através deste sistema, o operador transfere as informações relativas aos produtos (no mínimo, a sua identificação), sob a forma de rotulagem apropriada ou de documentos de acompanhamento, e por outro lado, regista e conserva as informações disponibilizadas. Claro que não se pretende com este sistema que um operador económico conheça todo o percurso que sofreu uma matéria-prima até ao produto final, devendo apenas encontrar-se informado sobre o que acontece dentro do âmbito da sua atividade (Almeida, 2012).

As informações proporcionadas pelo conjunto dos operadores que intervém na cadeia permitem conhecer o historial completo do produto.

Em síntese, a rastreabilidade permite a identificação de produtos ou de grupos de produtos ao longo de toda a cadeia alimentar.

### *2.5.2. Vantagens da rastreabilidade para o consumidor, setor privado e autoridades*

Um sistema de rastreabilidade implementado numa empresa do setor alimentar permite a identificação de produtos ou grupos de produtos ao longo de toda a cadeia alimentar, apresenta por isso vantagens, tanto para o cliente, para o operador económico e também para as autoridades.

O sistema de rastreabilidade apresenta assim vantagens para o consumidor, para o setor privado e para as autoridades, como é possível observar de seguida.

As vantagens da rastreabilidade para o consumidor passam por contribuir para uma maior segurança alimentar por via de uma eficácia na retirada de produtos do mercado, em caso de uma situação de risco; permitir que se evitem alimentos ou ingredientes específicos (razões de alergia, intolerância ou estilos de vida): existe acesso à informação precisa no rótulo; permitir que se faça uma escolha real ou que se exerça um processo de escolha quando perante produtos produzidos de diferentes formas (GPP, s.d.).

As vantagens da rastreabilidade no setor privado permitem diagnosticar problemas na produção e imputar responsabilidades; permite estar apto a agir imediatamente quando existe a necessidade de retirar produtos dos pontos de venda e proteger a reputação da marca; permite minimizar custos associados a uma retirada de produto do mercado;

cumprimento da legislação, pois permite acesso à informação sobre produtos e processos associados a ingredientes, criação de produtos diferenciados, manutenção ou obtenção da confiança dos mercados e do consumidor, o que leva a uma compra repetida; minimiza a disseminação de qualquer efeito negativo, preservação da identidade dos produtos, interação com outros sistemas (HACCP, códigos de boas práticas...).

As vantagens da rastreabilidade para as autoridades passam por proteger a saúde pública por via da eficiente retirada de produtos dos pontos de venda; facilidade de obtenção da informação desejada no desempenho das suas funções; prevenção da fraude nos casos onde métodos analíticos não podem ser utilizados como prova de autenticação; controlo de certas doenças de animais por via de rápida identificação das fontes da doença e contactos perigosos; podem atuar de uma forma mais eficaz na gestão de alertas sanitários, reduzindo alarmes na população, que causam enormes prejuízos na cadeia alimentar; maior confiança nos estabelecimentos que possuem um sistema de rastreabilidade e facilitando as atividades de monitorização e controlo oficial (GPP, s.d.).

### *2.5.3. Rastreabilidade a montante e jusante*

No domínio da rastreabilidade, podemos encontrar, entre outros, os seguintes conceitos:

A Rastreabilidade a montante é a capacidade detida pela empresa de conhecer a origem do produto em qualquer ponto do seu processo de produção, manipulação, transformação e expedição (Cruz, 2006).

Este tipo de rastreabilidade realizada através do lote, data de validade ou qualquer outra forma de identificação do produto destina-se a detetar o que aconteceu antes de um operador económico se tornar responsável por um produto.

A rastreabilidade a montante permitirá, a partir de um produto intermédio ou final, obter de forma ágil a informação relevante associada ao dito produto, até chegar à origem das matérias-primas.

A rastreabilidade a jusante é a capacidade de conhecer o destino de um produto (Bico, 2006).

Baseia-se nos procedimentos e nas ferramentas utilizadas para detetar o que aconteceu depois da transferência dos produtos do operador para um terceiro, permitindo saber a quem foi distribuído cada produto.

Para o efeito, em cada empresa deve ter-se em conta o nome, morada dos clientes, mercadoria distribuída e data da sua saída do estabelecimento (exemplo: guias de remessa, faturas).

#### *2.5.4 Rastreabilidade, qualidade e HACCP*

No contexto da escolha alimentar, é importante estudar a qualidade do ponto de vista do consumidor, isto porque o consumidor é que decide o quando, onde, como e o quê que via comprar ou comer.

O processo através do qual os consumidores se tornam motivados para adquirir um bem parte pelas características do produto (atributos percebidos pelo consumidor), motivos de compra e atributos de qualidade (evidenciados, experimentados e acreditados).

Os atributos evidenciados são aqueles que podem ser avaliados no momento e local de compra, são os atributos intrínsecos e extrínsecos.

Os atributos experimentados são aqueles que podem apenas ser avaliados após a compra.

Os atributos acreditados são aqueles que o consumidor não tem capacidade de avaliar por si mesmo, tendo de basear na opinião de terceiros (relativamente ao modo de produção, resíduos, etc.)

A percepção da qualidade torna-se essencialmente uma questão de comunicação, e a rastreabilidade aumenta a importância da dimensão acreditada, relativamente às dimensões evidenciada e experimentada.

Assim, a rastreabilidade pode constituir uma forma de evidenciar os atributos acreditados (a comercialização de bens alimentares baseados numa dimensão acreditada é algo problemático, e exige meios para aumento da credibilidade), ou seja, aumenta a credibilidade, visto que muitos dos atributos considerados são no essencial acreditados, e como tal, podem ser vistos com algum ceticismo (tomemos como exemplo os produtos biológicos, de origem protegida entre outros). Os rótulos de Denominação de Origem Protegida (DOP), Indicação Geográfica Protegida (IGP) e Especialidade Tradicional Garantida (ETG) são aplicáveis a produtos agrícolas ou géneros alimentícios estritamente relacionados com uma região ou local específico. Atualmente existem em Portugal 59 géneros alimentícios registados com a designação DOP e igual número de géneros alimentícios registados com a designação de IGP (anexo II, a listagem de todos os produtos certificados). Arantes (2004) destaca três importantes pontos estratégicos que visam o relacionamento de produtos e identidade cultural, sendo eles a singularidade, a

rastreabilidade e a qualidade. A singularidade, que significa que os diferenciais do produto estejam efetivamente enraizados na cultura local. A rastreabilidade, que torna possível o contato do consumidor com a ambiência social e cultural do produto na origem. A qualidade, que precisa estar associada sempre à base cultural dos produtores e de sua organização social.

Segundo Moity-Maizi *et al.*, (2001) afirmam que dentro de um tipo de estratégia de diferenciação dos produtos é esperado que a rastreabilidade permita que os consumidores percebam mais facilmente os fatores de identidade, de garantia de origem e de confiança. Assim poderão consolidar a conquista de novos espaços de mercado, desenvolvendo novas formas de produtividade, a partir da inovação, dos novos conhecimentos e da flexibilidade, que permitem tanto as tecnologias da informação, comunicação e gestão, como a ampla diversidade de oportunidades em matéria de agregação de valor a produtos e serviços.

Outro autor, Flores (2006), para as sociedades terem um património histórico, cultural e geográfico reconhecido é necessário que sejam estimuladas a vertente do saber-fazer local, o potencial territorial num contexto coletivo e uniforme, e que se evidenciem na diferenciação de produtos com qualidade para o mercado. Tendo diferenciação de produtos através da utilização do nome de um país, região ou lugar, para designar um produto originário desse espaço geográfico ou de área definida com esta finalidade, institucionalmente definido, podendo-se associar determinadas qualidades ou características do produto.

No seio da cadeia é importante existir rastreabilidade, de forma a garantir que os atributos acreditados que são referidos no rótulo são de facto reais (credibilizar a informação constante no rótulo). Uma vez que se acredita que a informação é credível, torna-se mais útil e alvo de maior procura. A credibilidade é influenciada pelo comportamento de toda a cadeia ao longo da qual o produto flui. Só existirá proteção dos riscos potenciais se todos os agentes da cadeia funcionarem de forma integrada, ou seja, se existir uma cooperação e empenhamento total de todas as partes envolvidas.

O sistema HACCP (*Hazard Analysis and Control of Critical Points* - Análise de Perigos e Controlo de Pontos Críticos) é um instrumento muito importante de gestão que permite a redução dos perigos associados à produção e à comercialização dos alimentos, encontrando-se associadas ao HACCP muitas das atividades necessárias à implementação de um sistema de rastreabilidade (Blackburn, e McClure, 2002).

O requisito de aplicação da metodologia de HACCP encontra-se previsto no Regulamento 853/2004 de 29 de abril de 2004, “*que estabelece regras específicas de higiene aplicáveis aos géneros alimentícios de origem animal*”.

Este diploma prevê que a conceção do plano de HACCP deverá seguir as seguintes etapas:

- Identificação dos perigos, análise dos riscos e determinação das medidas necessárias para os seus controlos;
- Identificação dos pontos críticos;
- Estabelecimento dos limites críticos para cada ponto crítico;
- Estabelecimento de processos de monitorização e de controlo;
- Estabelecimento das medidas corretivas a aplicar quando necessário;
- Validação do sistema de controlo para garantir que os perigos são controlados;
- Estabelecimento de processos de verificação e de revisão;
- Estabelecimento de documentação relativa a todos os processos e registos.

A existência de documentação, nomeadamente registos de entradas e saídas ou do controlo de fornecedores é fundamental para controlar o rasto dos produtos que entram, saem e permanecem na empresa. Toda a documentação relativa aos produtos (matérias-primas, produtos intermédios e finais), à comercialização (fornecedores e clientes) e a todas as atividades da empresa, devem também ser objeto de registo.

Um bom arquivo para estes registos é fundamental para uma rápida reação perante a ocorrência de qualquer incidente.

Os sistemas de gestão da segurança alimentar têm como intuito garantir a segurança alimentar dos consumidores assumindo a designação de HACCP. O mesmo necessita de um conhecimento profundo de todas as etapas dos processos de fabrico de um determinado produto alimentar, implicando simultaneamente a identificação de pontos críticos de controlo, quer durante o processo de fabrico ou mesmo durante o armazenamento e distribuição (CCFRA, 2003).

Por outras palavras, o HACCP é um sistema reconhecido internacionalmente que agrega em si estratégias de prevenção de riscos conhecidas, concentrando-se no controlo das diversas etapas intrínsecas aos processos (Kirby, 1994). Este sistema fornece diretrizes ou procedimentos através dos quais os riscos podem ser reduzidos ou eliminados, necessitando de um apertado sistema de controlo da documentação inerente (Codex, 1997).

### *2.5.5. Responsabilidades do operador económico*

A responsabilidade de cada empresa do setor alimentar em relação à rastreabilidade termina assim quando se identifica o elo anterior e posterior da cadeia (de onde veio e para quem foi) em relação à mesma.

É objetivo e obrigação legal da indústria agroalimentar colocar no mercado e à disposição dos consumidores somente produtos seguros, os quais devem estar em conformidade com todos os requisitos legais (Cruz, 2006).

Apesar de todas as precauções, pode acontecer que um produto seja distribuído para consumo e verificar-se por exemplo que não é seguro para consumo, não está conforme requisitos legais ou tem um problema de qualidade.

As causas para que tal aconteça podem ser diversas: utilização inadvertida de matérias-primas fora das especificações, problemas no fabrico, falha nas condições de distribuição ou erros na rotulagem do produto.

Segundo Cruz (2006), os incidentes podem classificar-se como três tipos: incidente de segurança alimentar: a segurança do consumidor encontra-se em risco; incidente legal: o produto não cumpre com um requisito legal, mas a segurança do consumidor não está comprometida); incidente de qualidade: a segurança do consumidor não está em risco, mas o produto encontra-se fora das especificações organolépticas, não correspondendo às expectativas do consumidor).

Dependendo da classificação do incidente e da análise de risco, a ação a ser tomada pode ir desde um bloqueio na distribuição do produto a uma recolha pública ao nível do consumidor (com a respetiva correção do processo/produto/rotulagem pelo produtor).

Normalmente existe uma relação entre a classificação do incidente e o tipo de ação a efetuar: um incidente de segurança de um produto leva-nos a uma recolha de produto. Uma recolha por razões de segurança é requerida quando um produto tem muitas probabilidades de causar sérios problemas para a saúde pública, ou até mesmo a morte; um incidente legal conduz a um bloqueio e/ ou recolha do produto. O bloqueio/ recolha do produto é realizado quando o defeito que este apresenta não causa problemas nem consequências para a saúde dos consumidores, mas não está de acordo com a legislação; um problema de qualidade conduz a um bloqueio e/ ou recolha de um produto. Um bloqueio de um produto (ou mesmo a sua recolha), é tipicamente uma ação voluntária para proteção de uma marca ou a reputação da empresa, quando este é distribuído e não se encontra em conformidade com

as especificações ou com as expectativas do consumidor, sem apresentar nenhum risco de segurança para o consumidor ou violação dos requisitos legais. As ações tomadas deverão estar em linha com os possíveis prejuízos causados (Bico, 2006).

O alcance de qualquer ação para bloquear/recolher o produto pode ser efetuado a vários níveis: nível interno: os produtos a serem bloqueados estão ainda dentro do controlo do produtor, possivelmente ainda dentro da fábrica, em trânsito ou nos armazéns, mas ainda não estão no distribuidor ou retalho; nível do mercado: o produto em questão está no mercado retalhista, é então bloqueado/recolhido dos armazéns e muitas vezes até das prateleiras dos retalhistas, geralmente de uma forma silenciosa. É um caso típico de incidente legal ou de qualidade; nível público: a recolha é feita até ao nível do consumidor (Cruz, 2006). Uma recolha pública é requerida quando o incidente se supõe ser um problema de segurança e o público deve ser informado para prevenir o consumo ou uso do mesmo.

Assim, o operador do setor alimentar é o principal responsável pelo fornecimento de géneros alimentícios seguros.

Caso surja um problema, o operador do setor alimentar deve atuar nos seguintes termos: quando um operador de uma empresa do setor alimentar considere ou existam razões para crer que um género alimentício por si importado, produzido, transformado ou distribuído não está em conformidade com os requisitos de segurança encontra-se obrigado a dar início, de imediato, aos procedimentos destinados a retirar do mercado o produto em causa, mas apenas se o mesmo tiver deixado de estar sob o seu controlo imediato; quando tal situação se verifique, o operador está ainda obrigado a informar a autoridade competente, bem como os consumidores, caso o produto tenha chegado a estes, sendo necessário proceder à sua recolha; quando o incidente se refira a produto que foi adquirido, o operador deve informar também o fornecedor da não conformidade do produto. O fornecedor, quando recebe a informação, tendo conhecimento que o produto já não se encontra sob o seu controlo imediato, fica igualmente obrigado ao bloqueio/recolha.

#### *2.5.6. Sistema Europeu de Alerta Rápido para os Géneros Alimentícios e Alimentos para Animais (RASFF)*

O Sistema de Alerta Rápido (SAR) foi criado ao abrigo da Diretiva 92/59/CEE, do Conselho, de 29 de Junho de 1992, com o objetivo de assegurar a segurança dos géneros

alimentícios e produtos industriais, no entanto, o sistema não se aplicava aos alimentos para animais.

O fracasso deste sistema surgiu com as crises alimentares, tornando inevitável criar um sistema de alerta mais rápido, mais eficaz e adaptado a alimentação humana e animal.

Assim foi criado, em 2002, por iniciativa do Parlamento Europeu um novo sistema, através do Regulamento n.º 178/2002. Exigindo-se que os procedimentos passem a ser mais rápidos de modo a poderem responder pronta e eficazmente às crises alimentares, ou preferencialmente, agindo preventivamente, através da articulação dos estados membros.

O nível de segurança da alimentação humana e animal foi assim melhorado através do Regulamento (CE) n.º 178/2002, do Regulamento (CE) n.º 183/2005, das respetivas medidas de aplicação, da incidência de responsabilidade nos operadores das empresas, do sistema de rastreabilidade melhorado, da introdução dos princípios HACCP e de guias de boas práticas de higiene nas empresas.

Através deste regulamento foi imposto a obrigação de indicar na rotulagem a percentagem por peso de todas as matérias-primas para alimentação animal nos alimentos compostos para animais. Sendo excluído a colocação das percentagens exatas, que podem ser dadas numa base voluntária, mas têm de ser do conhecimento das autoridades e ser disponibilizadas, mediante pedido, aos consumidores interessados.

A rotulagem facilita um ambiente de mercado competitivo em que os operadores dinâmicos, eficientes e inovadores podem aproveitar ao máximo a rotulagem para transacionar os seus produtos.

O sistema de alerta rápido (SAR) passou a ser designado por Sistema Europeu de Alerta Rápido para os Géneros Alimentícios e Alimentos para Animais (RASFF), onde todos os membros do sistema estão sempre contactáveis ininterruptamente durante os 7 dias da semana e nas 24 horas do dia, sendo possível a todo e qualquer momento acionar o sistema através da interação entre todos os organismos que o constituem.

O comissário europeu responsável pela Política da Saúde e dos Consumidores, Tonio Borg declarou «o RASFF passou a ser uma ferramenta indispensável para responder e mitigar situações que se prendem com a segurança dos géneros alimentícios na UE, uma vez que permite a troca rápida de informações vitais para a proteção dos consumidores europeus. Embora tenha acontecido o escândalo da carne de cavalo, que fez as manchetes dos jornais, é importante salientar que, graças à existência do RASFF, as autoridades responsáveis pela segurança dos alimentos de toda a UE puderam trocar informações de forma rápida. Em resultado disso, os produtos foram rastreados e retirados do mercado», conclui «a

Comissão prevê alargar o âmbito de aplicação do RASFF, a fim de lutar contra a fraude alimentar».

Assim espera-se que uma atitude preventiva evite a proliferação de qualquer risco à escala comunitária e a países terceiros.

Em situações de emergência a Comissão adotará medidas de proteção, sempre que um alimento apresente um risco grave e não controlável para a saúde humana, animal e ambiente. Essas medidas passam por suspender a colocação no mercado ou a utilização dos produtos originários da UE, caso os produtos sejam de países terceiros, suspenderá as importações de produtos originários de países terceiros.

As informações emitidas por este sistema são classificadas em notificações de alerta, quando se referem a géneros alimentícios ou a alimentos para animais que já se encontram no mercado e que representam um risco grave, sendo necessário adotar medidas urgentes; notificação de informação, quando se referem a situações em que o risco está identificado, mas não suscita uma ação imediata; notificações de notícia, quando se referem a um produto que se encontra no mercado externo; e, por último, notificação de rejeição em fronteira, quando se referem a produtos cuja entrada na Comunidade foi rejeitada. Periodicamente o RASFF publica um relatório evidenciando todas as notificações no âmbito da segurança alimentar.

O relatório mais recente, efetuado, em 2012, revelou que 50 % das notificações referiram-se a rejeições de géneros alimentícios e alimentos para animais nas fronteiras da UE devido ao risco que representavam para a segurança dos alimentos.

O mesmo relatório demonstra que o RASFF fez um total de 8.797 notificações. Dessas notificações, 3 516 foram notificações originais (40 %) e 5.281 notificações de acompanhamento (60 %).

Das 3.516 notificações originais transmitidas no RASFF, 332 envolviam alimentos para animais (9,4 %) e, no que se refere aos materiais em contacto com os alimentos, registaram-se 299 notificações (8,5 %). As restantes notificações originais (2 885) relacionavam-se com géneros alimentícios.

Os quadros 1 e 2 demonstram as notificações do sistema RASFF desde o ano 2008 até ao ano 2012.

Quadro 1: Evolução das notificações originais do sistema RASFF (2008 – 2012).

Ano	Notificações de alertas	Notificação de rejeição em fronteira	Notificações de informação	Notificações de notícia	Notificações de acompanhamento
2008	528	1367	1137		
2009	557	1441	1179		
2010	576	1544	1167		
2011	617	1824		718	551
2012	526	1715		682	509

Fonte: Adaptado de Annual Report RASFF (2012)

Quadro 2: Evolução das notificações de acompanhamento do sistema RASFF (2008-2012).

Ano	Notificações de alertas	Notificação de rejeição em fronteira	Notificações de informação	Notificações de notícia	Notificações de acompanhamento
2008	1842	363	1770		
2009	1848	732	2099		
2010	2051	971	2202		
2011	2265	1053	421	480	1126
2012	2312	906	74	663	1326

Fonte: Adaptado de Annual Report RASFF (2012)

Das várias categorias de alimentos mencionadas no relatório verifica-se que em quatro anos as categorias do peixe e seus derivados e a carne e seus derivados tiveram 1.752 e 688 notificações, respetivamente. O quadro 3 demonstra os números de notificações distribuídos pelos anos 2009 a 2012.

Quadro3: Evolução das notificações do sistema RASFF (2009-2012).

<b>Categoria dos produtos</b>	<b>Notificações de Alertas</b>	<b>Notificação de rejeição em fronteira</b>	<b>Notificação para informação</b>	<b>Notificações de notícia</b>	<b>Total 2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Peixe e seus derivados	63	166	98	46	373	482	452	445
Carne e seus derivados (exceto aves)	65	40	44	35	184	172	195	137

Fonte: Adaptado Annual Report RASFF (2012)

Neste relatório estão mencionadas trinta e seis categorias de alimentos no qual identifica a categoria de frutos e vegetais com mais notificações, ficando a categoria peixe e seus derivados em terceiro lugar e a categoria de carne e seus derivados em oitavo lugar. A categoria peixe e seus derivados esteve um gradual aumento de notificações desde 2009 a 2011, verificando-se uma redução de mais de cem notificações em 2012. No que refere a categoria de carne e seus derivados, menos problemática que a categoria do peixe e seus derivados denota-se uma pequena subida de notificações de 2009 para 2010 e mantendo-se constante no período de 2010 a 2012.

**3. A IMPORTÂNCIA DA  
RASTREABILIDADE NO  
ABASTECIMENTO DE CARNE E DE  
PEIXE**

### 3.1. A Carne

Entende-se por carne, como disposto no anexo 1 do Regulamento (CE) N.º 853/2004, as partes comestíveis e o sangue, de:

- Ungulados domésticos: bovinos (incluindo as espécies *Bubalus* e *Bison*), suínos, ovinos e caprinos domésticos, e solípedes domésticos.
- Aves de capoeira: aves de criação, incluindo as aves que não são consideradas domésticas mas que são criadas como tal, com exceção das ratites.
- Lagomorfos: coelhos, lebres.
- Caça selvagem: ungulados e lagomorfos selvagens, bem como outros mamíferos terrestres selvagens que são caçados para consumo humano e são considerados caça selvagem ao abrigo da lei aplicável no Estado-Membro em causa, incluindo os mamíferos que vivem em território vedado em condições de liberdade semelhantes às da caça selvagem e aves selvagens que são caçadas para consumo humano.
- Caça de criação: ratites de criação e outros mamíferos terrestres de criação, para além dos ungulados domésticos, caça miúda selvagem: aves de caça selvagens e lagomorfos que vivam em liberdade.
- Caça grossa selvagem: mamíferos selvagens terrestres que vivam em liberdade e que não se encontrem abrangidos pela definição de caça miúda selvagem.

#### 3.1.1. Consumo de carne

A carne tem sido fustigada ao longo de várias décadas. Têm aparecido vários problemas que afetam a saúde humana, desde perigos biológicos como *Escherichia coli* O157:H7, *Salmonella* spp., *Campylobacter* spp. e *Yersinia enterocolitica*., químicos como os nitrofuranos e dioxinas e físicos. Novos riscos continuam a surgir, por exemplo o agente da encefalopatia espongiforme bovina (BSE).

Mais recentemente verificou-se o escândalo da carne de cavalo que apesar de não ser um problema de segurança alimentar, é um problema de fraude contra o consumidor, igualmente inaceitável e enfraquece a confiança que os consumidores têm em sistemas de rastreabilidade (Lusa e Público, 2013).

A carne é vista como veículo de um número significativo de doenças humanas de origem alimentar. Apesar de o conjunto de doenças transmitidas pela carne com impacto sobre a

saúde pública ter mudado os sistemas de produção e de processamento da carne, a permanência do problema mantém-se (Blackburn, e McClure, 2002).

Uma abordagem da higiene da carne atual e baseada no risco requer a aplicação de medidas de higiene nos pontos da cadeia alimentar que tenham maior impacto na redução dos riscos de origem alimentar para os consumidores. Tal deve refletir-se na aplicação de medidas específicas, baseadas em avaliações científicas e dos riscos, com maior ênfase na prevenção e no controlo da contaminação durante todos os aspetos da produção e do processamento da carne. A aplicação dos princípios HACCP é fundamental. A medida do sucesso dos programas atuais é uma demonstração objetiva dos níveis de controlo dos riscos nos alimentos, associados aos níveis exigidos de proteção do consumidor, não se concentrando apenas em medidas prescritivas e de pormenor com resultados desconhecidos (Estorninho, 2013).

Ao nível nacional, as atividades das autoridades competentes sobre os matadouros servem frequentemente para zelar pela saúde animal como pela saúde pública. Este é o caso específico das inspeções *ante-mortem* e *post-mortem*, em que o matadouro é um ponto determinante na vigilância da saúde animal. É importante que esta dualidade de funções seja reconhecida e que as atividades relevantes para a saúde pública e animal decorram de uma forma integrada.

Muitos governos nacionais estão já a implementar sistemas que redefinem o papel da indústria e do governo na organização de atividades em matéria de higiene da carne. Independentemente destes sistemas, cabe à autoridade competente definir o papel do pessoal envolvido nas atividades associadas à higiene da carne, bem como verificar o cumprimento de todos os requisitos legais. Os princípios de gestão dos riscos de segurança alimentar devem ser incorporados, sempre que seja apropriado, na conceção e implementação dos programas de higiene da carne (Estorninho, 2013).

Efetuando uma análise ao setor das carnes, verifica-se que ao longo de uma década o consumo de carne *per capita*, de acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE), tem aumentado de acordo com o quadro 4.

Quadro 4: Consumo humano *per capita* (kg/hab.) de carne de bovino.

Ano	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Kg/hab/ano	15,4	16,7	17,6	18,6	18,3	18,4	18,6	19,5	19,4	18	17,1

Fonte: Adaptado de INE, 2013.

Ao longo de uma década verifica-se um aumento significativo do consumo *per capita* da carne de bovino. Em 2001, o consumo *per capita* era de 15,4 e, em 2011, de 17,1, verificando-se um pico, em 2008, de 19,5. Segundo o INE a carne de bovino atingiu as 96 mil toneladas, em 2011, o que refletiu um aumento de 3,1% em relação a 2010. Embora tenha aumentado a produção denotou-se uma queda de consumo relativa a mesma época. O aumento da produção serviu para equilibrar a situação deficitária de animais para abate e de carne na Europa devido às exportações de animais vivos para países terceiros, principalmente Rússia, Turquia e Líbano. Este fluxo provocou uma subida de preços na Europa, tornando a carne nacional mais competitiva. O acréscimo foi sobretudo registado na carne de vitelo (+13,1%), resultado de uma maior procura no mercado nacional, por parte de uma cadeia de distribuição, de animais mais jovens (até aos 8 meses). A carne de bovinos adultos teve praticamente uma manutenção (+0,3%).

No que refere ao consumo *per capita* de animais de capoeira, verifica-se que ao longo de uma década um aumento significativo. Sendo notório o aumento de 3,9 kg/hab, desde 2001 para 2011. Em 2010 foi o ponto mais alto do consumo *per capita* com 35,3 kg/hab (quadro 5).

Quadro 5: Consumo humano *per capita* (kg/hab.) de carne de animais de capoeira.

Ano	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Kg/hab/ano</b>	31,1	30,5	28,5	29,1	29,7	29,8	31,9	33,3	35	35,3	35

Fonte: Adaptado de INE, 2013.

Segundo o INE a produção de carne de animais de capoeira registou uma ligeira quebra de 1,4%, quando comparada com o ano anterior, tendo-se situado nas 334 mil toneladas.

A produção de galináceos diminuiu ligeiramente, tendo os frangos de carne apresentado um volume de produção de 270 mil toneladas.

O consumo *per capita* de suíno ao longo da década também aumentou (quadro 6).

Quadro 6: Consumo humano *per capita* (kg/hab.) de carne de animais de suínos.

Ano	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Kg/hab.</b>	43,4	43,8	44	42,4	42,5	44,1	46,4	47,4	47,8	46,1	44,6

Fonte: Adaptado de INE, 2013.

Apesar da diferença *per capita* não ser muito grande, mas é bastante significativa. Acordo com o INE a conjuntura de crise económica nacional e internacional bem como as exigências da UE (bem-estar animal) e a especulação no mercado de cereais, levou à estagnação da produção da carne de suíno comparativamente a 2010. A volatilidade dos mercados aliada à especulação gerou um aumento dos preços das principais matérias-primas, e em consequência o preço dos alimentos compostos para animais, sem que os produtores conseguissem refletir todo este aumento no preço do produto final. Daí o decréscimo do consumo *per capita*, de 2010 para 2011.

### *3.1.2. Rotulagem da carne*

O objetivo da rotulagem dos géneros alimentícios consiste em fornecer as informações pertinentes aos consumidores, facilitando as suas escolhas e protegendo-os contra as práticas desleais e enganosas.

Neste contexto, a rastreabilidade melhora a fiabilidade da rotulagem dos géneros alimentícios e a sua credibilidade. Como permite a identificação dos produtos (através do lote) e o rasto dos mesmos a longa distância, o sistema de rastreabilidade facilita o controlo da veracidade da rotulagem, bem como da preservação da identidade de produtos específicos.

A implementação do sistema pode assim modificar a relação entre o consumidor e o alimento, dado que é possível conhecer todo o historial de um produto sem necessidade de proceder a pesquisas muito aprofundadas. No entanto, fornecer mais informação pode levar a um aumento da probabilidade de uso indevido ou interpretação errada.

Rastreabilidade do produto é designa a sequência nas várias fases do produto e destina-se a pesquisar as causas de um problema de segurança, a montante, se o problema ocorreu com os fornecedores, e a jusante, se o incidente ocorrer após a produção.

Rastreabilidade interna permite vincular os produtos que entram numa empresa aos que saem. Necessita de ter em conta divisões, trocas ou mistura de lotes ou agrupamentos, assim como número de pontos nos quais é necessário estabelecer registos ou ligações com o sistema de autocontrolo já estabelecido (ex. registos/ folhas de produção, fichas de produção, registos de congelação...).

De acordo com o artigo 3º do Regulamento (CE) nº 931/2011, os OESA devem facultar ao operador a quem tenham sido fornecidos os géneros alimentícios e, a pedido, à autoridade

competente, as seguintes informações relativas a remessas de géneros alimentícios de origem animal:

- a) Uma descrição exata dos géneros alimentícios;
- b) O volume ou quantidade dos géneros alimentícios;
- c) O nome e endereço do operador da empresa do setor alimentar que expediu os géneros alimentícios (ou seja, o operador responsável pelo estabelecimento de onde os géneros alimentícios saíram);
- d) O nome e endereço do expedidor (proprietário), se diferente do operador da empresa do setor alimentar que expediu os géneros alimentícios;
- e) O nome e endereço do operador da empresa do setor alimentar para o qual os géneros alimentícios são expedidos (ou seja, o operador responsável pelo estabelecimento onde os géneros alimentícios dão entrada);
- f) O nome e endereço do destinatário (proprietário), se diferente do operador da empresa do setor alimentar para o qual os géneros alimentícios são expedidos;
- g) Uma referência que permita identificar o lote ou a remessa, conforme o caso e
- h) A data de expedição.

A forma como as informações são facultadas fica ao critério do fornecedor dos géneros alimentícios, desde que as mesmas sejam disponibilizadas de forma clara e inequívoca e sejam acessíveis ao operador de empresa do setor alimentar ao qual os alimentos são fornecidos.

A aplicação dos princípios referidos nos pontos anteriores no setor do leite cru, obriga a que os operadores que produzem, transportam e/ou distribuem leite cru, facultem ao operador a quem fornecem o leite as seguintes informações relativas a cada remessa de leite entregue:

- a) Uma descrição exata do produto (Ex: leite cru de ovelha);
- b) A quantidade ou volume de leite;
- c) O nome e endereço do(s) operador(es) da(s) empresa(s) que expediu(ram) o leite (Ex: explorações primárias ou estabelecimentos aprovados);
- d) O nome e endereço do proprietário, se diferente do operador da empresa que expediu o leite (Ex: vendedor, transportador, empresa de recolha, etc.);
- e) Uma referência que permita identificar o lote ou a remessa, conforme o caso e
- f) A data de expedição.

Os OESA devem assegurar que os produtos de origem animal possuem uma marca de identificação aposta antes de os mesmos deixarem o estabelecimento de produção. No caso

do leite, tratando-se de um produto líquido, não é necessário a marca de identificação, se os documentos de acompanhamento contiverem a identificação do estabelecimento, nos termos do n.º 12 da Secção I do Anexo do Regulamento (CE) n.º 853/2004.

### **3.2. Produtos da pesca**

Os produtos da pesca são definidos no Regulamento 853/2004, como:

*“todos os animais marinhos ou de água doce (com exceção dos moluscos bivalves, equinodermes, tunicados e gastrópodes marinhos vivos e de todos os mamíferos, répteis e rãs), selvagens ou de cultura, incluindo todas as formas, partes e produtos comestíveis desses animais”.*

A lista do Artigo 1 do Regulamento do Conselho (CE) n.º 104/2000, refere pormenorizadamente os diversos produtos compostos e transformados dos produtos da pesca.

De acordo com o Regulamento (CE) n.º 104/2000, é considerado produto da pesca:

- Peixe vivo, peixes frescos ou refrigerados, peixe congelado, filetes de peixe e outra carne de peixe (mesmo picada), frescos, refrigerados ou congelados;
- Peixes secos, salgados ou em salmoura; peixes fumados, mesmo cozidos antes ou durante a defumação; farinhas, pó de peixe, próprios para consumo humano;
- Crustáceos, mesmo sem casca, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salgados ou em salmoura; crustáceos com casca, cozidos em água ou vapor; moluscos, com ou sem casca, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salgados ou em salmoura;
- Preparações e conservas de peixes; caviar e seus sucedâneos preparados a partir de ovas de peixe;
- Massas alimentícias mesmo cozidas ou recheadas, ou preparadas de outro modo, contendo, em peso, mais de 20% de peixes e crustáceos, moluscos ou outros invertebrados aquáticos.

#### *3.2.1. Consumo de Produtos da pesca*

O consumo de pescado em Portugal (55,6 kg/per capita/ano) sendo consumindo mais do dobro da média da União Europeia (FAO, 2012), de acordo com o quadro 7.

Quadro 7: Consumo humano *per capita* (kg/hab/ano) de produtos da pesca.

Consumo <i>Per Capita</i> de Peixe União Europeia 2012			
País	kg/capita/ano	País	kg/capita/ano
<b>Portugal</b>	<b>55,6</b>	Reino Unido	20,6
Espanha	41,2	Países Baixos	19,2
Lituânia	36,8	Estónia	16,4
França	35,3	Alemanha	14,8
Finlândia	31,9	Áustria	13,5
Malta	30,7	Letónia	12,4
Suécia	28,9	República Checa	10,5
Luxemburgo	26	Eslovénia	9,6
Bélgica	24,9	Polónia	9,5
Itália	24,7	Eslováquia	8,1
Dinamarca	24,7	Roménia	5,2
Irlanda	22,5	Hungria	5,1
Grécia	21,2	Bulgária	4,2
		<b>Europa</b>	<b>22,3</b>

Fonte: FAO, 2012

Um estudo mais antigo realizado pela Balança alimentar portuguesa (2003-2008), demonstram que houve um aumento em 21% da disponibilidade para consumo de peixe e de 26% para os crustáceos e moluscos em Portugal, entre os anos 2003 a 2008, o que levou ao aumento do consumo de peixe evoluir de 59 g/hab/dia (2003) para 67 g/hab/dia (2008).

### 3.2.2. Rotulagem dos produtos da pesca

Os produtos da pesca destinados à colocação no mercado deverão ser identificados mediante a colocação de uma marca de identificação antes de saírem do estabelecimento.

A marca de identificação deve:

- Indicar o número de aprovação do estabelecimento;
- Indicar o nome do país onde está situado o estabelecimento;

ser claramente apresentada, legível e indelével e ostentar caracteres facilmente decifráveis.

Em acréscimo, estão previstos outros requisitos de rotulagem para produtos da pesca no Regulamento do Conselho (CE) n.º 104/2000 e no Regulamento da Comissão (CE) n.º 2065/2001 de 22 de outubro de 2001, “*que estabelece as regras de execução do*

*Regulamento (CE) n.º 104/2000 do Conselho no respeitante à informação do consumidor no sector dos produtos da pesca e da aquicultura*". Estes diplomas exigem que as remessas contenham ainda as seguintes menções:

- a) a denominação comercial da espécie. O nome da espécie também deve ser identificado no rótulo ou na respetiva documentação;
- b) o país de origem do produto da pesca;
- c) o método de produção (“capturado” ou “capturado em água doce” ou “criado” ou “de aquicultura”);
- d) a zona de captura, em conformidade com o quadro 8 que se segue.

Quadro 8: Codificação das zonas de captura.

Atlântico Noroeste	Zona FAO n.º 21
Atlântico Nordeste	Zona FAO n.º 27
Mar Báltico	Zona FAO n.º 27.IIIId
Atlântico Centro-Oeste	Zona FAO n.º 31
Atlântico Centro-Este	Zona FAO n.º 34
Atlântico Sudoeste	Zona FAO n.º 41
Atlântico Sudeste	Zona FAO n.º 47
Mar Mediterrâneo	Zonas FAO n.ºs 37.1, 37.2 e 37.3
Mar Negro	Zona FAO n.º 37.4
Oceano Índico	Zonas FAO n.ºs 51 e 57
Oceano Pacífico	Zonas FAO n.ºs 61, 67, 71, 77, 81 e 87
Antártico	Zonas FAO n.ºs 48, 58 e 88

Fonte: Adaptado do Regulamento do Conselho (CE) n.º 104/2000

Além disso, constitui sempre uma boa prática assegurar que o rótulo também indica a data de embalagem, a temperatura de armazenagem necessária e o peso líquido. O quadro 9 é um exemplo de um rótulo aceitável, que satisfaz todos os requisitos.

Quadro 9: Exemplo de rótulo que satisfaz os requisitos da UE.

<b>Nome do produto</b>	Atum
<b>Espécie</b>	<i>Thunnus albacares</i>
<b>Método de embalagem</b>	Fresco, refrigerado e embalado
<b>Peso/Categoria</b>	15,0 kg
<b>País de origem</b>	Portugal
<b>Número de aprovação do estabelecimento</b>	O 0262 06 P
<b>Método de produção</b>	Captura
<b>Zona de captura</b>	Zona FAO n.º 27
<b>Data de embalagem</b>	8 de Agosto de 2013
<b>N.º de lote</b>	701827930
<b>Temperatura de armazenagem</b>	-1° a +4°C
<b>Validade</b>	5 dias

Fonte: Adaptado do Regulamento do Conselho (CE) n.º 104/2000

A marca pode, em função da apresentação, ser colocada diretamente no produto, no invólucro ou na embalagem, ou ser impressa num rótulo afixado no produto, no invólucro ou na embalagem. A marca pode também ser constituída por uma etiqueta não amovível feita de um material resistente.

Para os produtos colocados em contentores de transporte ou em grandes embalagens exteriores e destinados a subsequente manuseamento, transformação, acondicionamento ou embalagem noutra estabelecimento, a marca deve ser adicionada aos invólucros internos e na superfície externa do contentor ou da embalagem.

No direito marítimo, a origem de um produto da pesca de captura é determinada pela bandeira do navio que o capturou, não pelo país em cujas águas é capturado ou desembarcado em primeiro lugar.

A origem dos produtos de aquicultura é determinada pelo país onde os juvenis são produzidos.

Os produtos fornecidos ao mercado da UE devem ser originários de um estabelecimento aprovado ou de um navio-fábrica aprovado, ou ainda de um navio congelador que conste da lista e estejam assim sob controlo da Autoridade Competente.

Os sistemas de rastreabilidade das empresas que recebam produtos da pesca importados para nova transformação devem distinguir com clareza o país de origem dos produtos da pesca quando este não seja o país de onde são exportados.

## **4. MATERIAL E MÉTODOS**

## 4.1. Objetivo do estudo

O presente trabalho visa avaliar a influência que a rastreabilidade assume nas decisões de compra dos produtos alimentares, em particular para as seguintes categorias alimentares: carne e peixe. Independente do seu estado físico ser fresco ou congelado. Para o efeito, realizou-se um questionário junto dos consumidores.

## 4.2. Apresentação da metodologia

Os inquéritos foram realizados a consumidores, com mais de 18 anos, tendo decorrido no seguinte período temporal: de 1 de maio a 30 de novembro de 2013, sendo que, no conjunto de 245 inquéritos (amostragem por conveniência), 31,7% foram enviados por correio eletrónico e reenviados pelo mesmo meio, e os restantes 61,3%, foram preenchidos presencialmente em formato de papel, considerando-se para o efeito a região geográfica de Portugal Continental e distrito de Lisboa, respetivamente.

## 4.3. Estrutura e desenho do questionário

O questionário (ver Anexo I) apresenta um conjunto de 15 questões divididas em três grupos:

**Grupo I:** Caracterização do inquirido: género, idade, estado civil, dimensão do agregado familiar, habilitações literárias, situação profissional e situação económica (7 questões de escolha múltipla).

**Grupo II:** Conhecimento do inquirido quanto ao conceito de rastreabilidade e confiança que o mesmo apresenta em relação aos sistemas de rastreabilidade (2 questões dicotómicas).

Neste grupo obtém-se conhecimento se o inquirido sabe o significado do conceito associado à rastreabilidade. Em caso de resposta afirmativa o inquirido terá de expressar por escrito o significado da palavra rastreabilidade, se a sua descrição não se aproximar do que se encontra definido no nº 15 do artigo 3º Regulamento nº 178/2002 a resposta será contabilizada como negativa.

A relação de confiança do inquirido com os sistemas de rastreabilidade é testada neste grupo através de afirmação positiva ou negativa.

**Grupo III:** Determinantes de compra. Pretende aferir a preferência do inquirido quanto a aquisição de produtos nacionais, os fatores que mais e menos dá preferência na aquisição de produtos alimentares (carne e peixe) e se está disposto a adquirir produtos certificados (origem conhecida) embora sejam mais dispendiosos (2 questões dicotômicas e 4 questões de escolha múltipla).

No terceiro grupo retirou-se informações quanto a preferência dada dos inquiridos quanto a produção nacional, a aquisição de carne de frango, aquisição de carne de suíno, aquisição de carne de bovino e aquisição de peixe. Bem como a disponibilidade de aquisição de produtos certificados em comparação com produtos similares e mais económicos.

A preferência do consumidor pela produção nacional foi avaliada através de pergunta direta. Já na preferência de aquisição de carne de frango, suíno e bovino o inquirido possuía cinco opções (preço, país de origem, aspeto, modo de criação, produto certificado) onde tinha de optar por duas, sendo uma pelo fator de maior importância e a outra pelo fator de menor importância. Na preferência de aquisição de peixe o inquirido possuía seis opções (preço, origem aquicultura, origem captura mar, produto certificado, aspeto e país de origem) onde também tinha de optar por duas, sendo uma pelo fator que considera de maior importância e a outra pelo fator que considera de menor importância.

Na última questão o inquirido é confrontado com uma situação de modo a retirar informações sobre a “reputação” dos produtos certificados.

#### **4.4. Análise estatística**

De modo a comparar a valorização dos diferentes itens (preço, país de origem, modo de criação, etc.) para cada uma das carnes (frango, suíno e bovino) e para o peixe, procedeu-se à transformação das variáveis, considerando o valor 1 quando o item é selecionado como sendo o fator de maior importância, o valor -1 quando o item é selecionado como sendo o fator de menor importância e o valor 0 quando o item não é selecionado, resultando na construção de uma escala ordinal de três pontos para a avaliação do grau de preferência associado a cada fator para cada tipo de carne.

Para a comparação do conhecimento sobre o conceito de rastreabilidade e sobre a aquisição de produtos nacionais, em função dos diferentes grupos sociodemográficos, utilizou-se os testes do qui quadrado. Exceto quando indicado em contrário, todos os testes estatísticos foram conduzidos com um grau de confiança de 95%.

Para realizar as análises estatísticas utilizou-se o *IBM SPSS Statistics*, versão 20.0 para Windows Vista SPSS Inc., 2011.

## **5. RESULTADOS**

## 5.1. Caracterização sociodemográfica dos respondentes

As características sociodemográficas das amostras encontram-se representadas no quadro 10.

Quadro 10: Características sociodemográficas das amostras (n=164).

Variável	n	%
<b>Sexo (n=164)</b>		
Feminino	86	52,4
Masculino	74	47,6
<b>Escalão Etário (n=164)</b>		
18 a 29 anos	72	43,9
30 a 44 anos	49	29,9
45 a 60 anos	41	25,0
Mais de 60 anos	2	1,2
<b>Dimensão do Agregado Familiar (n=164)</b>		
1	6	3,7
2	55	33,5
3	39	23,8
4	53	32,3
+4	11	6,7
<b>Estado Civil (n=164)</b>		
Solteiro	49	29,9
Casado	84	51,2
União de fato	20	12,2
Outro	11	6,7
<b>Habilitações Literárias (n=164)</b>		
1º ciclo (4ª classe)	25	15,2
2º ciclo (6º ano)	18	11,0
3º ciclo (9º ano)	33	20,1
Ensino Secundário	49	29,9
Ensino Superior	39	23,8
<b>Situação Profissional (n=164)</b>		
Trabalhador Ativo	144	87,8
Desempregado	6	3,7
Estudante	6	3,7
Reformado	8	4,8
<b>Situação Económica (n=164)</b>		
Insuficiente	21	12,8
Suficiente	129	78,7
Boa	14	8,5

A amostra em estudo era composta por 164 indivíduos, sendo 52,4% do sexo feminino.

Os participantes neste estudo apresentavam, quase na sua maioria idades compreendidas entre os 18 e os 29 anos (43,9%).

O agregado familiar era maioritariamente constituído por dois elementos com uma percentagem de 33,5%, sendo na sua maioria casados com uma percentagem de 51,2%.

As habilitações literárias foi uma das características tidas em conta neste estudo, possuindo a maior percentagem de inquiridos o ensino secundário.

Através da análise do quadro 10 revela-se que 87,8% dos inquiridos encontra-se no ativo no que refere a sua atividade profissional e considera a sua situação económica suficiente.

## **5.2. Conhecimento e confiança nos sistemas de rastreabilidade**

Após a questão “Conhece o significado da palavra rastreabilidade no contexto alimentar?”, 32,9 % dos inquiridos diz conhecer o referido significado. Analisando as respostas à questão aberta sobre o que os respondentes escreveram acerca do seu significado, verifica-se muito embora certas respostas sejam mais completas do que outras, a sua maioria vai ao encontro do nº 15 do artigo 3º do Regulamento nº 178/2002.

Eis algumas respostas dos inquiridos:

- *“Identificação de um produto desde a origem até ao consumidor final.”*
- *“Conhecer o percurso de determinado produto desde a sua origem até ao seu destino final.”*
- *“Possibilita identificar a origem do produto e conhecer todo o percurso desde a produção até a distribuição.”*
- *“Fazer o rasto de um produto ou seja saber os passos desde a origem de um produto até chegar aos consumidores.”*
- *“Capacidade de detetar a origem e de seguir o rasto de um género alimentício ao longo de todas as fases da cadeia alimentar.”*
- *“Marcar o produto com o lote para se saber a origem e destino, para se surgir um problema se saber o histórico do produto.”*

Por seu lado, à questão “Acredita que um conjunto de números e/ou letras (lote) numa etiqueta de um produto alimentar, é suficiente para garantir a sua origem?”, mais de metade dos inquiridos diz não acreditar que através de um lote de um produto alimentar se chegue a sua origem (ver figura 2).

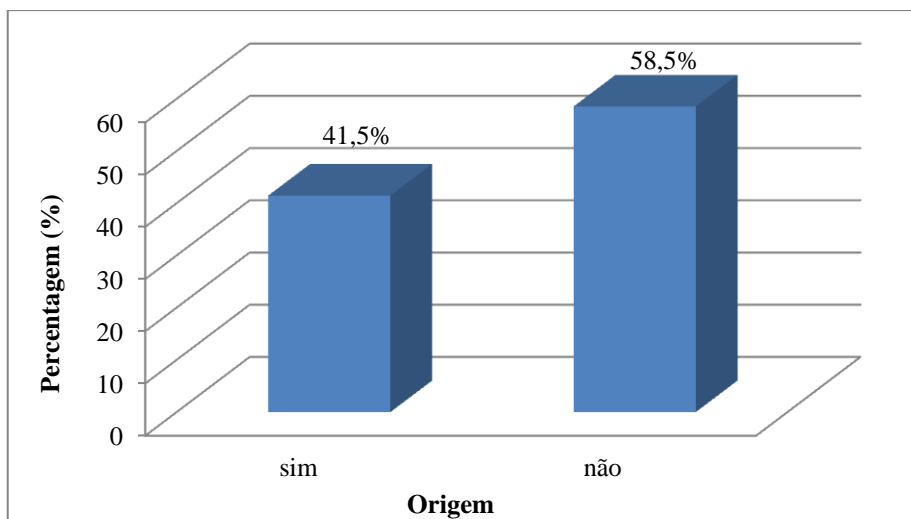


Figura 2: Representação gráfica dos inquiridos sobre a confiança do lote para garantir a origem do produto alimentar.

### 5.3. Determinantes de compra

#### 5.3.1. Análise descritiva

À questão: “Quando compra carne ou peixe dá preferência a produção Nacional?”, 86,0% dos inquiridos afirma dar preferência na aquisição de carne e peixe de produção Nacional. Por outro lado, verifica-se que o aspeto foi o fator que 45,7% dos inquiridos deram a pontuação máxima de 5 aquando da compra de carne de frango, sendo o preço referido como o fator menos importante na aquisição da compra de carne (pontuação 1). (ver figuras 3 e 4).

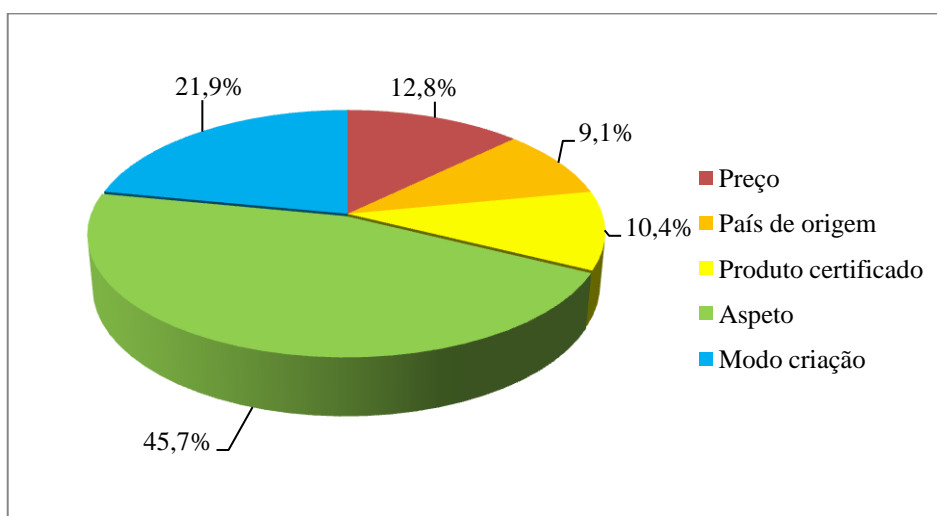


Figura 3: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de maior importância na compra de carne de frango.

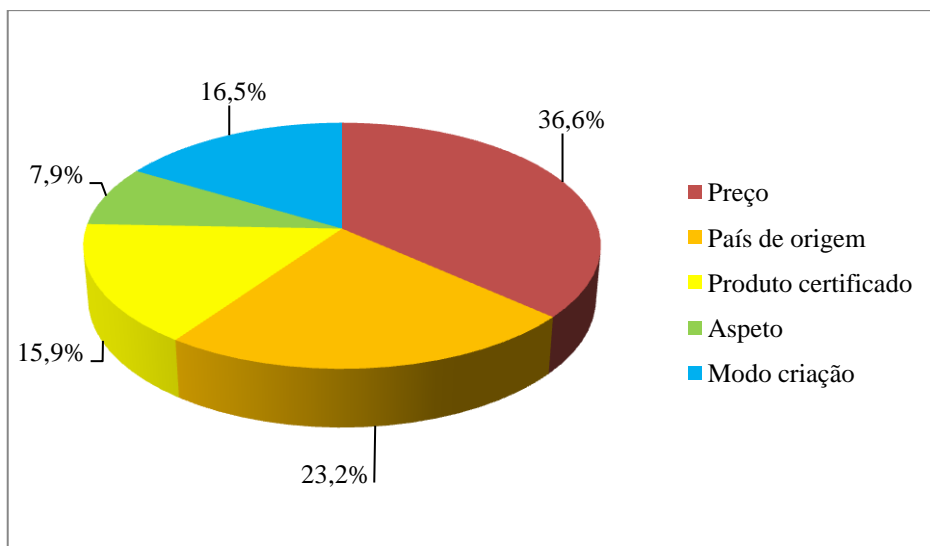


Figura 4: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de menor importância na compra de carne frango.

Nas figuras 5 e 6, verifica-se que a pontuação de 5, fator mais importante na aquisição de carne de porco foi o “aspeto”, referido por 45,1% dos inquiridos. No que refere a pontuação de 1, fator menos importante na aquisição de carne de porco, o fator em questão foi o preço referido por 32,3% dos inquiridos.

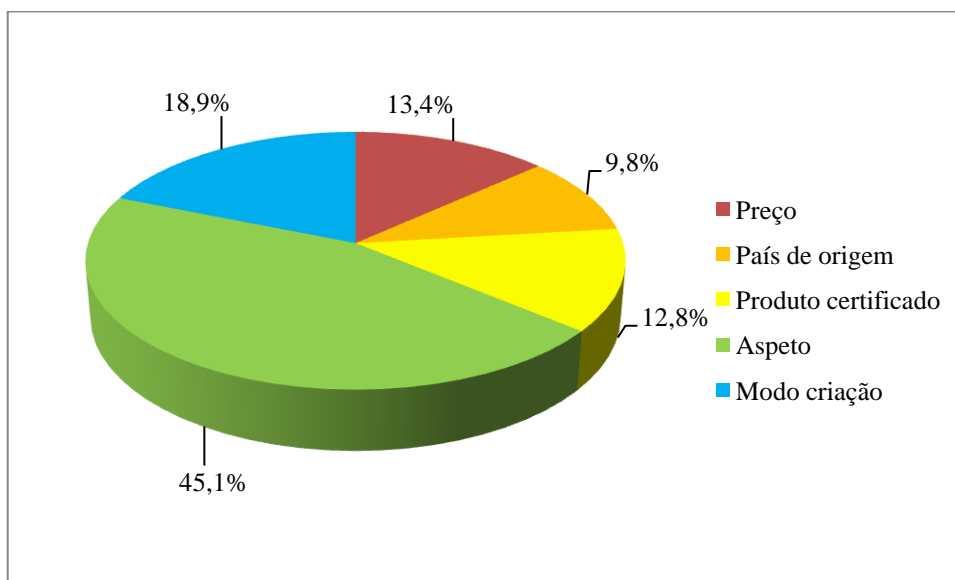


Figura 5: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de maior importância na compra de carne de porco.

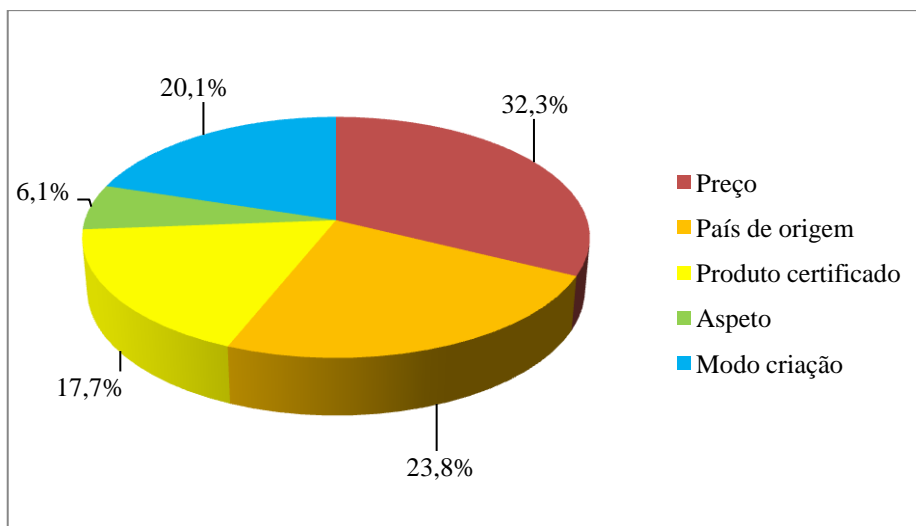


Figura 6: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de menor importância na compra de carne de porco.

Nas figuras 7 e 8, verifica-se que o aspeto foi o fator que 43,9% dos inquiridos deram a pontuação máxima de 5 aquando da compra de carne de bovino, seguido do modo de criação, sendo o preço referido como o fator menos importante na aquisição da compra de carne (pontuação 1) por 34,8% dos inquiridos.

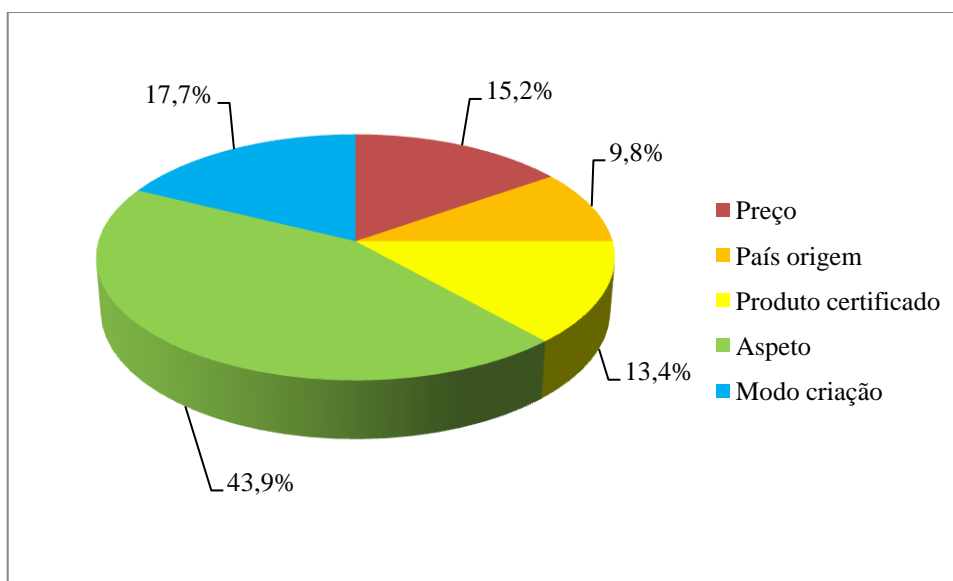


Figura 7: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de maior importância na compra de carne de bovino.

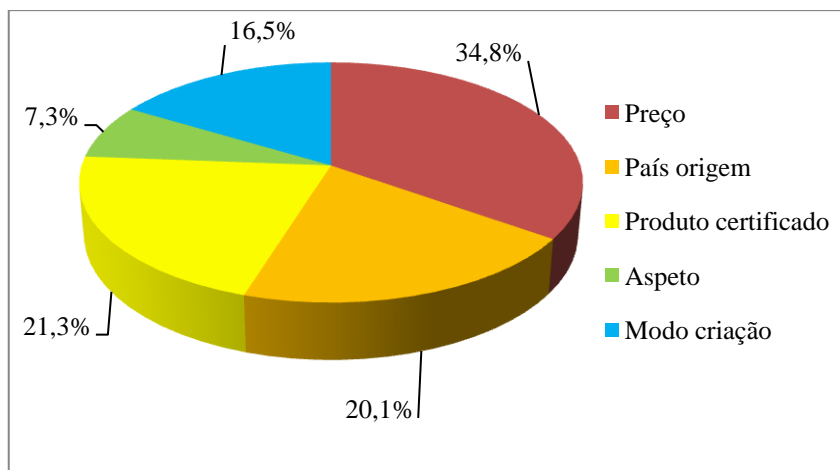


Figura 8: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de menor importância na compra de carne de bovino.

Nas figuras 9 e 10, verifica-se que o aspeto foi o fator que 41,5% dos inquiridos deram a pontuação máxima de 5 aquando da compra de carne de bovino, seguido da origem da captura mar, sendo o preço referido como o fator menos importante na aquisição da compra de carne (pontuação 1) por 32,3% dos inquiridos.

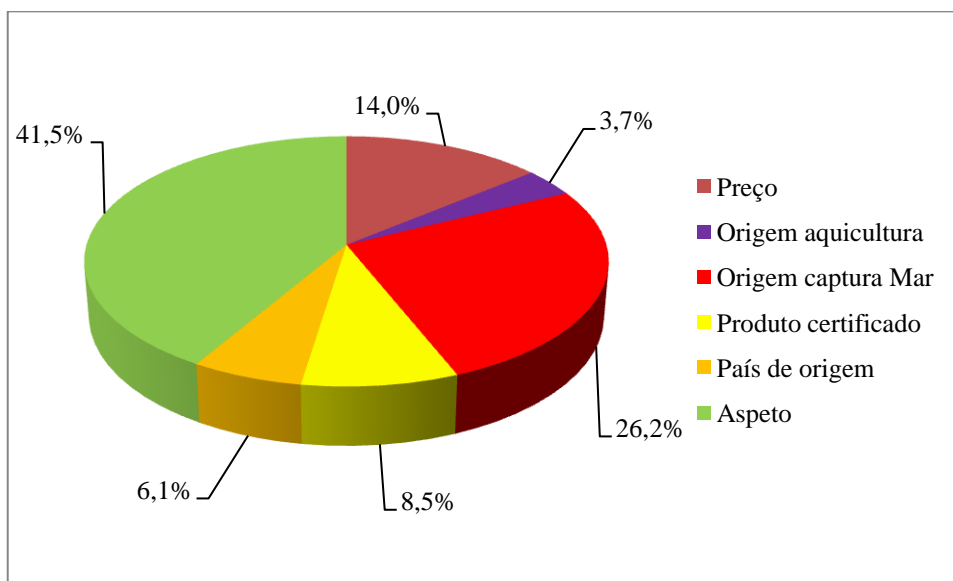


Figura 9: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de maior importância na compra de peixe.

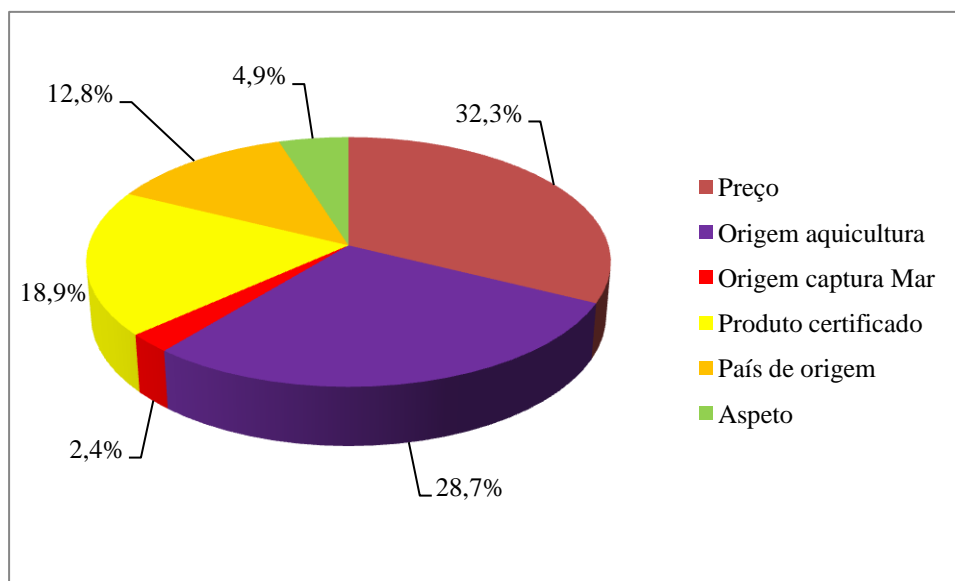


Figura 10: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de menor importância na compra de peixe.

Partindo da contabilização do somatório das classificações de preferência pelo conjunto dos inquiridos, obteve-se uma pontuação global que permite avaliar a importância relativa de cada um dos fatores para as diferentes tipologias de carne (ver figura 11). Evidencia-se uma coerência de respostas para os três tipos de carne, ficando o fator “aspetto” como o fator mais importante na compra de carne e o “preço” como o menos importante.

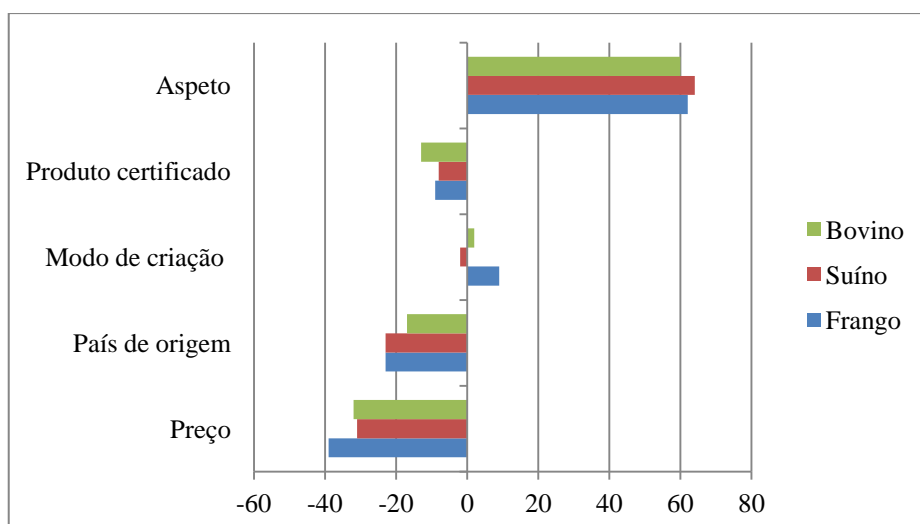


Figura 11: Representação gráfica dos inquiridos pelo fator de importância de compra dos vários tipos de carne.

Por sua vez, na figura 12 encontram-se agrupadas as respostas no que diz respeito aos fatores de importância de compra do peixe. Quando comparado com os fatores da carne (figura 12) verifica-se que o aspeto e preço são fatores que apresentam importâncias semelhantes quando da compra quer nos três tipos de carne, quer no peixe.

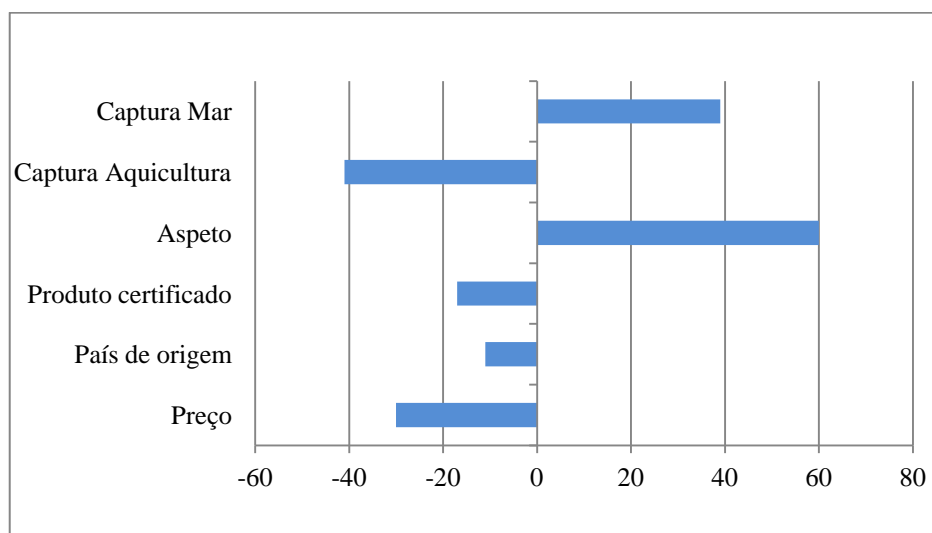


Figura 12: Representação gráfica dos inquiridos pelos fatores de importância de compra de peixe.

Por fim, a figura 13, ilustra a opinião dos inquiridos do que se refere à aquisição de produtos alimentares similares em termos de aspeto, mas com diferenças ao nível do preço, tendo-se como hipótese o facto do produto certificado ser mais caro 1 euro por quilo. Assim, verifica-se que 65,9% dos inquiridos optavam por comprar o produto certificado.

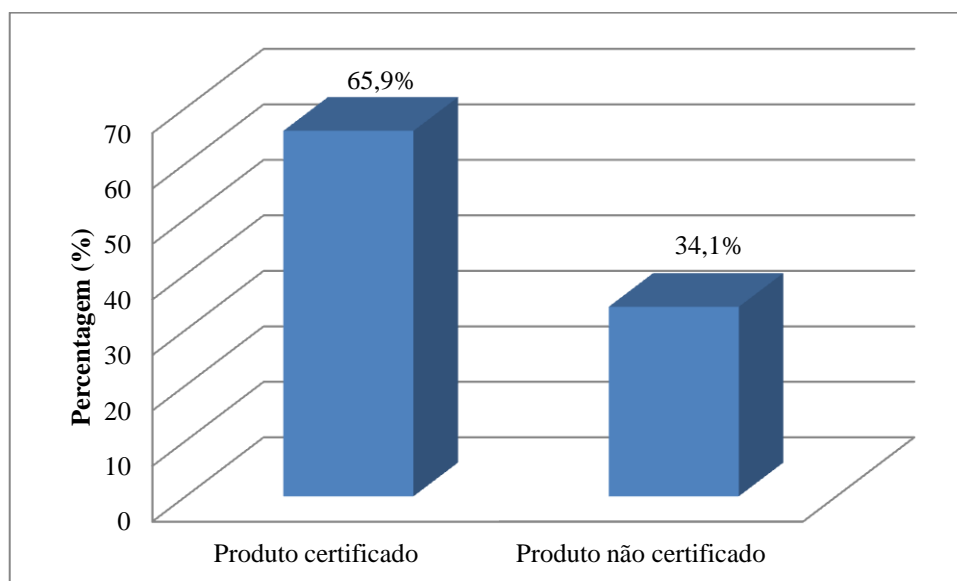


Figura 13: Representação gráfica dos inquiridos pela aquisição de produtos certificados.

### 5.3.2. Inferência estatística: comparação de grupos

No quadro 11 encontra-se representado a relação do conhecimento da palavra rastreabilidade com as habilitações literárias.

Quadro 11: Relação entre o conhecimento da palavra rastreabilidade e as habilitações académicas.

	Conhece o significado da palavra rastreabilidade?	
	Não	Sim
1º Ciclo (4ª classe)	24 21,8%	1 1,9%
2º Ciclo (6º ano)	14 12,7%	4 7,4%
3º Ciclo (9º ano)	29 26,4%	4 7,4%
Ensino Secundário	31 28,2%	18 33,3%
Ensino Superior	12 10,9%	27 50,0%

As variáveis são dependentes visto que através do teste do Qui-quadrado (estatística = 40,470;  $p \leq 0,0005$ ). Podemos ainda observar que as maiores frequências da resposta “Sim” aparecem para os indivíduos com maiores habilitações literárias. Infere-se que, considerando a amostragem por conveniência, estes inquiridos provavelmente têm uma ligação ao setor alimentar.

No quadro 12 encontra-se representado a relação entre o nível económico e a aquisição de produtos certificados.

Quadro 12: Relação entre aquisição de produtos certificados e o nível económico dos inquiridos.

		Supondo 2 produtos alimentares, um possui uma marca de produto certificado na etiqueta e o outro não possui. Tendo aspeto idêntico, mas diferença de preço de 1 euro/quilo a mais no produto certificado. Qual é que comprava?	
		Produto não Certificado	Produto Certificado
Como considera o seu nível económico?	Insuficiente	13	8
		23,2%	7,4%
	Suficiente	41	88
		73,2%	81,5%
	Bom	2	12
		3,6%	11,1%

As variáveis em estudo são dependentes ou seja as pessoas de maior nível económico preferem produtos certificados de acordo com a estatística de teste (Qui-quadrado) = 9,972 com  $p = 0,007$ .

No quadro 13 encontra-se representado a relação do conhecimento da palavra rastreabilidade com a confiança nos sistemas de rastreabilidade.

Quadro 13: Relação do conhecimento da palavra rastreabilidade com a confiança nos sistemas de rastreabilidade.

			Conhece o significado da palavra rastreabilidade?	
			Não	Sim
Acredita que um conjunto de números e/ou letras numa etiqueta é suficiente para garantir a origem do produto?	Não	Contagem	78 70,9%	18 33,3%
	Sim	Contagem	32 29,1%	36 66,7%

De acordo com o teste do Qui-quadrado, as variáveis em estudo são dependentes ( $p \leq 0,0005$ ).

Dos indivíduos que conhecem a palavra rastreabilidade e a percentagem de pessoas que acreditam que a informação da etiqueta é suficiente para garantir a origem do produto é mais do dobro dos que não acreditam .

No quadro 14 está representado as diferenças significativas nos fatores de preferência na aquisição de carne e peixe de produção nacional com a idade.

Quadro 14: Diferenças significativas nos fatores de preferência na aquisição de carne e peixe de produção nacional com a idade.

		Quando compra carne ou peixe dá preferência à produção nacional?	
		Não	Sim
Idade	18 a 29 anos	13 7,9%	59 36,0%
	30 a 44 anos	6 3,7%	43 26,2%
	45 a 60 anos	4 2,4%	37 22,6%
	Mais de 60 anos	0 0%	2 1,2%
Contagem			

As variáveis são independentes ou seja em todas as idades existe a preocupação de preferir carne e peixe da produção nacional. A estatística de teste de qui-quadrado =2,045 com p =0,563.

## **6. DISCUSSÃO E CONCLUSÃO**

## 6.1. Discussão dos resultados

O presente trabalho procurou analisar a perspectiva do consumidor sobre a origem e a rastreabilidade de duas categorias de produto: carne e peixe, considerando as relações de confiança estabelecidas entre os consumidores e os sistemas de rastreabilidade. Para o efeito, realizou-se um estudo exploratório, inquirindo-se 164 consumidores sobre estas temáticas.

Dos resultados obtidos, verificou-se que o conhecimento da palavra rastreabilidade é reduzido para a maior parte dos inquiridos, já que 67,1 % dos mesmos diz não conhecer o seu significado. Este resultado vai de encontro com do estudo de Verbeke *et al.*, (2006), dado que o conhecimento dos consumidores belgas inquiridos sobre rastreabilidade é baixo e o interesse pela origem e indicações diretas de qualidade como o selo de garantia de qualidade é moderado/alto. Em relação ao grau de confiança que os nossos consumidores inquiridos apresentam sobre os sistemas de rastreabilidade para os bens alimentares, verificou-se que 58,5% dos mesmos consideram que com a informação descrita no lote da etiqueta do produto alimentar não é possível identificar a sua origem. Diferente conclusão obteve Rijswijk *et al.*, (2012), no seu estudo sobre a perceção da rastreabilidade no consumidor, em que no total de 163 entrevistas realizadas em quatro países diferentes (Alemanha, França, Itália e Espanha), os consumidores associam os sistemas de rastreabilidade aos conceitos de confiança e segurança. Uma das razões que poderá explicar a desconfiança dos inquiridos sobre os sistemas de rastreabilidade no presente estudo, poderá dever-se ao fato da realização dos inquéritos terem ocorrido entre 1 de maio a 30 de novembro de 2013, tendo sido efetuado próximo da crise alimentar associada à carne de cavalo, deveras divulgada pelos media no início do ano de 2013, onde a Autoridade de Segurança Alimentar (ASAE) apreenderam em Portugal mais 45 mil quilos de carne de bovino que continha vestígios de ADN de cavalo. A empresa produtora da lasanha de bovino com ADN de cavalo em questão, comercializava para toda a europa o que fez durar esta “crise” durante vários meses (Lusa e Público, 2013).

Por outro lado, evidencia-se uma clara preferência de bens alimentares, de produção nacional, resultado semelhante aos obtidos por Pouta *et al.*, (2010) e Plessis *et al.*, (2012). Segundo o estudo de Plessis *et al.*, (2012) realizado numa província da África do Sul, os consumidores não prescindem da carne de cordeiro do seu país devido as características sensoriais únicas. Na Finlândia o estudo realizado por Pouta *et al.*, (2010), conclui que os consumidores de carne de frango dão elevada preferência aos produtos nacionais quando

comparado com os de outras proveniências (Dinamarca, Brasil e Tailândia), considerando secundário o método de produção.

Em relação aos critérios de escolha destas categorias alimentares, verificou-se, na presente investigação, que a “aparência” do produto foi referido pelos inquiridos com o fator preponderante aquando destas compras, reforçando que para bens alimentares perecíveis a qualidade esperada no ato de compra é percussora da qualidade experimentada, no ato de consumo (Moura, 2006). Seguidamente, os consumidores inquiridos valorizaram o “modo de criação” e captura no mar”, para aquisição de carne e peixe, respetivamente. O “preço” foi o critério de menor importância na aquisição de todos os produtos alimentares em estudo (carne de frango, suíno, bovino e de peixe).

Verifica-se assim desconcordância dos resultados obtidos com os resultados do estudo de Furnols *et al.*, (2011) e Pouta *et al.*, (2010), tendo sido o “país de origem” da carne o fator mais importante para determinar a decisão de compra dos consumidores da Finlândia, Espanha, França e Reino Unido, seguido ao modo de criação. A mesma discórdia verifica-se no estudo de Schnettler *et al.*, (2008) realizado no Chile a 800 consumidores, onde a origem é o mais importante fator de compra de carne de bovino.

Em relação ao peixe verifica-se as conclusões dos estudos de Vanhonacker *et al.*, (2011) e Wilcocky *et al.*, (2004), sendo o aspeto visual o fator mais importante deixando o país de origem do alimento para os últimos lugares de preferência. Em contrapartida, no estudo de Claret *et al.*, (2012) o fator mais importante para os consumidores aquando da compra de produtos da pesca foi, o país de origem. Por sua vez, tal como no presente trabalho, no trabalho de Claret *et al.*, (2012), o segundo fator mais valorizado pelos consumidores aquando da compra de peixe foi a captura em mar, sendo a produção em aquicultura o fator menos valorizado pelos inquiridos.

O consumo de pescado selvagem (captura no mar) está associado pelo consumidor como alimentos saudáveis, de elevado valor nutricional, fáceis de digerir (Davidson *et al.*, 2012; Vanhonacker *et al.*, 2012).

Em relação ao pescado de aquicultura o consumidor evidencia perigos associados ao consumo, como as condições de cultura e a falta de controlo (Verbeke *et al.*, 2007; Moura *et al.*, 2012). Ora outros estudos demonstram que sob um controlo eficaz, o peixe de aquicultura pode ter vantagens na nutrição e segurança relativamente aos peixes de origem selvagem (Cahu *et al.*, 2004).

Por sua vez, para os nossos consumidores, é clara a preferência de produtos certificados (65,9%) mesmo sendo estes mais caros, o que vai de encontro com os estudos de Kehagia *et al.*, (2007), Fernandes *et al.*, (2013) e Ribeiro *et al.*, (2009).

O crescente interesse pelos produtos agrícolas tradicionais de qualidade é resultado da desconfiança relativamente à segurança e qualidade alimentares (Cunha *et al.*, 2010). Segundo Ribeiro *et al.*, (2009), a aceitação de produtos diferenciados é influenciada pelas expectativas de consumo associado à maior qualidade e à segurança alimentar que permitem uma maior predisposição, por parte do consumidor, para pagar mais. Segundo Gomes *et al.*, (2005) e Barroso e Madureira (2005), os consumidores estarão dispostos a pagar mais por produtos aos quais associam uma ideia de qualidade superior. A qualidade é assim definida como a capacidade de satisfazer as necessidades dos consumidores, e estando implícita nesta noção de satisfação um conjunto de elementos tão distintos, e por vezes pouco explicitados pelos consumidores, mas sempre importantes, inerentes ao próprio produto as chamadas características intrínsecas, nomeadamente, sensoriais (gosto, aroma, consistência, cor, nutritivas e higio-sanitárias) e características extrínsecas ou exteriores ao próprio produto, designadamente, época de produção, forma de apresentação, rotulagem, publicidade, imagem de marca e preço. A Europa reconheceu que existe a procura de produtos com essa qualidade, que assenta em fatores naturais e em origens geográficas conhecidas e reconhecidas atribuindo-lhe uma certificação. Os consumidores encontram-se predispostos a pagar pela qualidade ligada a uma origem e a um saber fazer naturalmente conhecidos (Soeiro, 2006).

Finalmente, no cruzamento das respostas efetuadas no inquérito, permitiu verificar que os inquiridos com maiores habilitações literárias apresentam um maior conhecimento do conceito associado à rastreabilidade no contexto alimentar.

Dos inquiridos que demonstraram ter conhecimento sobre o significado da palavra rastreabilidade, verificou-se que consideravam que a informação contida na etiqueta (lote) é suficiente para garantir a origem do produto alimentar. De acordo com o estudo de Kehagia *et al.*, (2007), realizado na Grécia, no qual 50 % dos inquiridos possuía formação superior, são dois fatores que mais influenciam as decisões de compra de alimentos dos consumidores gregos: "qualidade e segurança" e "confiança", sendo que se encontram dispostos a pagar mais por produtos alimentares que respondam àqueles atributos.

Por outro lado, verificou-se no presente trabalho que os inquiridos com maior capacidade económica tendem a referir que comprem mais produtos certificados. A situação económica dos consumidores poderá ser assim um entrave a compra de produtos

certificados (Ribeiro, 2011).

Como limitações ao presente trabalho, pode-se referir o número reduzido de inquiridos, evidenciando uma amostra pequena, não sendo representativa para extrapolar os resultados à realidade nacional. O envio dos inquéritos pelo correio eletrónico através de um ficheiro Microsoft Word poderá ter sido o entrave para alguns inquiridos, já que os mesmos tinham de guardar o ficheiro, preencher e voltar a anexar, tornando-se um processo que envolve algum tempo.

## 6.2. Conclusão

A "confiança" assume um peso elevado nas decisões dos consumidores porque é ela, que ajuda as relações sociais a moverem-se para além de formas elementares. A confiança reduz a complexidade social, na medida em que garante o acesso a informações que faltam, com a garantia de alguma fiabilidade (Graça, 2003). A palavra confiar provém do latim "*con fides*" que significa "com fé". O verbo confiar, o adjetivo "confiante" e o substantivo "confiança" remetem para as dimensões de ação, de atributo/qualidade e de estado ou coisa (Peter e Morgan, 2001).

Ora, a confiança dos consumidores europeus foi posta em causa com a crise da BSE, o que gerou desde aí, um descrédito nos mecanismos de segurança dos alimentos presentes no mercado (Meuwissen *et al.*, 2003). Os consumidores preocupam-se com o alimento que ingerem, exigindo alimentos de qualidade e em quantidade, diversidade de produtos, preços acessíveis, padrões de toxicidade bem definidos na ótica do indivíduo, métodos cada vez mais rigorosos e testes de toxicidade, para garantia da segurança alimentar. De acordo com Barreto (2008), as preocupações prendem-se com o direito à escolha, existência de informação suficiente, proteção ambiental e bem-estar animal, segurança e qualidade dos alimentos, o que reforça a importância e a urgência da implementação de sistemas de rastreabilidade eficazes por parte das organizações para reforçar a qualidade dos alimentos e a confiança das pessoas na qualidade dos mesmos.

A rastreabilidade permite o rastreamento de produtos ou animais através da cadeia de abastecimento, caso exista um problema de segurança alimentar. Permite igualmente identificar a fonte do problema de contaminação e detetar outros animais ou produtos potencialmente contaminados que já estejam na cadeia de abastecimento, limitando, desta forma, o número de pessoas expostas a alimentos potencialmente perigosos (Hobbs, 2004).

Na realização do estudo exploratório os inquiridos relevaram não conhecer o significado da palavra rastreabilidade no contexto alimentar, demonstram insegurança nos sistemas de rastreabilidade quando afirmam que um conjunto de números e letra, o denominado lote, numa etiqueta de um produto alimentar não é suficiente para garantir a sua origem.

No entanto, para as categorias de produto carne e peixe, a realização deste estudo exploratório permite afirmar que os consumidores portugueses valorizam produtos nacionais, com bom aspeto, origem e modo de produção conhecido e certificados. Cabe as empresas portuguesas apostar em bens alimentares com estes atributos, evidenciando os mesmos na sua rotulagem para que os consumidores os distingam dos restantes.

## **7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ALMEIDA, J. C. B. (2012), *Novo Sistema De Rastreabilidade Industrial*, Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.

ARANTES, A. A. (2004), “Cultura e territorialidade em políticas sociais”, In Lages, V.; Braga, C.; Morelli, G. (orgs), *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*, Brasília, Sebrae.

BALANÇA ALIMENTAR PORTUGUESA, 2003-2008, Instituto Nacional de Estatística, Lisboa.

BAI L., MA C., GONG S. AND YANG Y.,(2007), “Food safety assurance systems in China”, *Food Control*, 18, 480–484.

BANOVIC, M., GRUNERT, K.G., BARREIRA, M. M., FONTES, M.A.,(2009), “Beef quality perception at the point of purchase: A study from Portugal”, *Food Quality and Preference*, 20, 335–342.

BARRETO, A. S. (2008), *Segurança alimentar: Um compromisso da sociedade*. Curso de Pós graduação em Segurança da Qualidade dos Alimentos da Faculdade de Medicina Veterinária, Universidade Técnica de Lisboa.

BARROSO, M. E MADUREIRA, T. (2005), *Marketing nas Pequenas e Médias Explorações Agrícolas*, Porto: Sociedade Portuguesa de Inovação.

BLACKBURN, C. & MCCLURE, P. (2002), “Foodborne pathogens: Hazards, risk analysis and control”, *Woodhead Publishing*, 118.

BICO, A. P. (2006), “Higiene dos Géneros Alimentícios – Rastreabilidade, Higiene e Segurança Alimentar”, Direção Geral de Veterinária, Setembro. (Disponível em [http://www.apard.pt/pdf/apard\\_rastreabilidade\\_higiene\\_seguranca\\_alimentar.pdfv](http://www.apard.pt/pdf/apard_rastreabilidade_higiene_seguranca_alimentar.pdfv); extraído em: 16/08/2013).

BUHR, B. L. (2003), “Traceability and information Technology in the meat supply chain: implicatins for firm organization and market structure”, *Journal of food distribution research*, 34, 13-26.

CLARET, A., GUERRERO, L., AGUIRRE, E., RINCÓN, L., HERNÁNDEZ,M.D., MARTÍNEZ, I.,PELETEIRO,J. B., GRAU,A., RODRÍGUEZ, C.,(2012) “Consumer preferences for sea fish using conjoint analysis: Exploratory study of the importance of country of origin, obtaining method, storage conditions and purchasing price”, *Food Quality and Preference* , 26, 259–266.

CARDOSO, A. A. (2009), Comportamento do consumidor: Por é que os consumidores compram?, Lidel - Edições técnicas, Lda.

CARVALHO M. JORGE, (2011), Os contratos de consumo Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo, Dissertação para doutoramento, Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa, Portugal.

CHAMBAZ, A., SCHEEDER, M. R. L., KREUZER, M., & DUFEY, P. A. (2003), “Meat quality of Angus, Simmental, Charolais and Limousin steers compared at the same intramuscular fat content”, *Meat Science*, 63, 491–500.

COBRA, M. H. N., (1997), Marketing básico: uma perspectiva brasileira. 4. ed. São Paulo: Atlas.

COMISSÃO EUROPEIA (2010), A política comum da pesca em números. Assuntos Marítimos e Pesca.

CUNHA, L. M., MOURA, A. P. (2008), “Consumidor português face à segurança alimentar projeto agro consumidor, desenvolvido entre 2003 e 2007, avaliou atitudes do consumidor”, *Revista Segurança e Qualidade Alimentar*, 4, p.46-49.

CUNHA, L.M., MOURA, A. P., LOPES, Z., SANTOS, M. C., SILVA, I. (2010), “Public perceptions of food-related hazards: an application to Portuguese consumers”, *British Food Journal*, 112, 5, p.522-543.

CRUZ, M. M. (2006), Rastreabilidade e Gestão de Incidentes, *Revista Segurança e Qualidade Alimentar*, 1, 28-30.

DAVIDSON, K., PAN, M., HU, W., & POERWANTO, D. (2012), “Consumers’ willingness to pay for aquaculture fish products vs. wild-caught seafood - a case study in Hawaii”, *Aquaculture Economics and Management*, 16(2), 136-154.

DAWAR, N., & PARKER, P., (1994), “Marketing universals: Consumers’ use of brand name, price, psychical appearance, and retailer reputation as signals of product quality”, *Journal of Marketing*, 58, 81–95.

DIRETIVA 92/59/CEE, do Conselho, de 29 de Junho de 1992 relativa à segurança geral dos produtos. Comunidade Europeia. Bruxelas.

DODDS, W. B., MONROE, K. B., & GREWAL, D. (1991), “Effects of price, brand and store information on buyers’ product evaluations”, *Journal of Marketing Research*, 28, 307–319.

EUROBARÓMETRO (2006), *Risk Issues*, European Food Safety Authority, 238/Wave 64.1, (Disponível em [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_238\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_238_en.pdf); Acedido em: 01/02/2014).

EUROBARÓMETRO (2010), *Food related risks*, European Food Safety Authority, 354/Wave 73.5. (Disponível em <http://www.efsa.europa.eu/en/factsheet/docs/reporten.pdf>; Acedido em: 01/02/2014).

EUROPEAN COMMISSION (2010). *Rapid alert system for food and feed (RASFF)*, (Disponível em: [http://ec.europa.eu/food/food/rapidalert/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/rapidalert/index_en.htm).[http://ec.europa.eu/food/food/rapidalert/docs/rasff\\_annual\\_report\\_2012\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/food/food/rapidalert/docs/rasff_annual_report_2012_en.pdf); Acedido a 8 de Dez. de 2013).

EUROPEAN COMMISSION, *50 years of Food Safety in the EU*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities, 2007 (Disponível em [http://ec.europa.eu/food/food/docs/50years\\_foodsafety\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/food/food/docs/50years_foodsafety_en.pdf); Acedido em: 01/02/2014).

ESTORNINHO, M. J., (2013), *Estudos de Direito da Alimentação*, Instituto de Ciências Jurídicas-Políticas. Lisboa.

FAO, (2012), *The State of World Fisheries and Aquaculture*; (Disponível em: <http://www.fao.org/docrep/016/i2727e/i2727e.pdf>; Acedido em 07/01/2014).

FEDERAÇÃO DAS INDUSTRIAS PORTUGUESAS AGROALIMENTARES (FIPA) (2005), “Rastreabilidade e Gestão de Incidentes na Indústria Agro- Alimentar”.

FLORES, M. (2006), “A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento – uma visão do estado da arte”, *RIMISP*, 46-47.

GABINETE DE PLANEAMENTO E POLITICAS (GPP) (s.d) *Rastreabilidade. Instrumento de gestão de risco*. (Disponível em: <http://www.gpp.pt/RegAlimentar/Rastreabilidade.pdf>; Acedido em 8/03/2013).

GELLYNCK, X., & VERBEKE, W., (2001), “Consumer Perception of Traceability in the Meat Chain”, *Deutscher Fachverlag GmbH*.

GOMES, R., BRANCO, L. . & SÁ, J. (2005), *Novos Produtos de Valor Acrescentado*, Sociedade Portuguesa de Inovação, Porto.

GOLAN, E., KRISOFF, B., KUHLER, F., CALVIN, L., NELSON, K. & PRICE, G (2004), “Traceability in the U.S. Food Supply: Economic theory and Industry Studies”, *Agricultural Economic Report, Economic Research Service, United States Department of Agriculture*.

GOODE, M., & MOUTINHO. L., (1995), “The effects of free banking on overall satisfaction: The use of automated teller machines”, *International of Bank Marketing*.

GRAÇA, A., (2003), *Perceções e gestão do risco alimentar em adultos portugueses*, Dissertação de candidatura ao grau de Doutor, Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto, Porto, Portugal.

GRUNERT, K. G. (1997), “What’s in a steak? A cross-cultural study of the quality perception of beef”, *Food Quality and Preference*, 8, 157–174.

HENSON, S., NORTHEN, J., (2000), “Consumer assessment of the safety of beef at the point of purchase: A pan-European study”, *Journal of Agricultural Economics*, 51, 90–105.

HOBBS, J. E., (2004), “Information Asymmetry and the Role of Traceability Systems”, *Agribusiness*, 20(4), 397–415.

INE, (2012), *Estatísticas da Pesca 2011*. Instituto Nacional de Estatística (INE) ed. Direcção-Geral de Recursos Naturais SeSMD; (Disponível em: [http://www.ine.pt/ine\\_novidades/pescas2011/index.html](http://www.ine.pt/ine_novidades/pescas2011/index.html); Acedido em: 07/01/2014).

LEI N.º 24/96 de 31 de Julho Estabelece o regime legal aplicável à defesa dos consumidores

LOUREIRO, M. L., & UMBERGER, W. J. (2007), “A choice experiment model for beef: What US consumer responses tell us about relative preferences for food safety, country-of-origin labelling and traceability”. *Food Policy*, 32, 496–514.

LUSA & PÚBLICO (2013), ASAE apreende 45 toneladas de carne suspeita de conter vestígios de cavalo, Acedido em 8 de Dezembro de 2013, Disponível em: <http://www.publico.pt/sociedade/noticia/asae-apreende-mais-45-toneladas-de-carne-suspeita-de-conter-vestigios-de-cavalo-1585405>.

KEHAGIA O., LINARDAKIS M., & CHRYSOCHOIDIS G. (2007), “Beef traceability: are Greek consumers willing to pay” *EuroMed Journal of Business*.

KOTLER P., & ARMSTRONG G., (2007) “Princípios de Marketing”, *Prentice Hall*, Brasil, 12ª Edição.

FONT I FURNOLS, M., REALINI C., MONTOSI, F., SAÑUDO, C., CAMPO, M.M., OLIVER, M.A., G.R. NUTE., GUERRERO, L., (2011),”Consumer’s purchasing intention for lamb meat affected by country of origin, feeding system and meat price: A conjoint study in Spain, France and United Kingdom”, *Food Quality and Preference*, 22, 443–451.

MEUWISSEN, M. P. M., VELTHUIS, A. G. J., HOGEVEEN, H., & HUIRNE, R. B. M., (2003), “Traceability and Certification in Meat Supply Chains”, *Journal of Agribusiness*, 21(2), 167–181.

MOITY M., SAINTE M., GESLIN P., MUCHNIK J., & SAUTIER D., (2001), “Sustèmes agroalimentaires localizes”, *Terroir, savoir-faire, innovation Collection Etudes et Recherches sur lês Sustèmes Agraires et le Développement*, n.32, França, INRA.

MOURA, A. P., (1999), *Análise do comportamento do consumidor: caderno de apoio*, Universidade Aberta, Lisboa.

MOURA, A.P., (2000), *O comportamento do consumidor face às promoções de vendas: Uma aplicação para os bens de grande consumo*, *AJE*, Lisboa.

MOURA, A. P., (2006), *Segurança e Qualidade Alimentares na Perspectiva do Consumidor in\_ Lemos A, e Moura, A.P. Segurança e Qualidade Alimentares: Perigos, implementação ao longo da cadeia alimentar e perceção do consumidor*, Universidade Aberta (ed., no prelo), Lisboa, Portugal, capítulo 10, 322–352.

MOURA, A. P., CUNHA, L. M., CASTRO-CUNHA, M., & LIMA, R. C., (2012), A comparative evaluation of women's perceptions and importance of sustainability in fish consumption: An exploratory study among light consumers with different education levels. *Management of Environmental Quality*, 23(4), 451-461.

OLIVER, M. A., NUTE, G. R., FONT I FURNOLS, M., SAN JULIÁN, R., CAMPO, M. M. & SAÑUDO, C. (2006), “Eating quality of beef, from different production systems, assessed by German, Spanish and British consumers”, *Meat Science*, 74, 435–442.

PETER, E., & MORGAN, K. (2001), “Explorations of a trust approach for nursing ethics”, *Nursing Inquiry*, 8(1), 3-10. Retrieved from CINAHL Plus with Full Text database.

PIENIAK Z., VERBEKE W., SCHOLDERER J., BRUNSO K., & OLSEN S. (2007), “European consumers use of and trust in information sources about fish”, *Food Quality and Preference*. 18, 1050–1063.

POUTA, J. HEIKKILÄ, S. FORSMAN-HUGG, M. ISONIEMI & MÄKELÄ, J. (2010), “Consumer choice of broiler meat: The effects of country of origin and production methods”, *Food Quality and Preference*, 21, 539–546.

PLESSIS J. & RAND G., (2012) “The significance of traceability in consumer decision making towards Karoo lamb”, *Food Research International*.

REGULAMENTO (CE) Nº 2065/2000 do Conselho de 22 de Outubro de 2001. *Jornal Oficial nº L 278*. Comunidade Europeia. Bruxelas.

REGULAMENTO (CE) Nº 104/2000 do Conselho de 17 de Dezembro de 1999. *Jornal Oficial nº L 017*. Comunidade Europeia. Bruxelas.

REGULAMENTO (CE) Nº 178/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho de 28 de Janeiro de 2002. *Jornal Oficial da União Europeia nº L 31*. Comunidade Europeia. Bruxelas.

REGULAMENTO (CE) Nº 853/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 29 de Abril de 2004. *Jornal Oficial da União Europeia nº L 226*. Comunidade Europeia. Bruxelas

REGULAMENTO (CE) Nº 854/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 29 de Abril de 2004. *Jornal Oficial nº L 139*. Comunidade Europeia. Bruxelas.

REGULAMENTO DE EXECUÇÃO (EU) N.º 931/2011 da Comissão, de 19 de Setembro de 2011. Comunidade Europeia. Bruxelas.

REALINI, C. E., DUCKETT, S. K., BRITO, G. W., DALLA RIZZA, M., & DE MATTOS, D. (2004), “Effect of pasture vs. Concentrate feeding with or without antioxidants on carcass characteristics, fatty acid composition, and quality of Uruguayan beef”, *Meat Science*, 66, 567–577.

RIBEIRO, A. (2011), *Valorização do cabrito da gralheira IGP: estudo exploratório junto dos consumidores*, Dissertação de Mestrado em Ciências do Consumo Alimentar Universidade Aberta, Porto, Portugal

RIBEIRO, M. I., MATOS, A., ALMEIDA, A., FONSECA, A., FERNANDES, B., MOTA, C., GONÇALVES, E., GARCIA, E., PEREIRA, E., GARÇÃO, H.; GUEDES, H., RODRIGUES, M., NETO, M., ABREU, R., (2009), Produtos Alimentares Tradicionais: Hábitos de compra e consumo do mel, *Revista de Ciências Agrárias*, 32 (2).

RIJSWIJK, W., FREWER, L. J., (2012), “Consumer needs and requirements for food and ingredient traceability information”, *International Journal of Consumer Studies*, 36, 282–290.

ROHR, A., LUDDECKE, K., DRUSCHE, S. MULLER, M. J. & ALVENSLEBEN, R., (2005), “Food quality and safety-consumer perception and public health concern”, *Food Control*, 16, 649-655 pp.

ROZIN, P., FISCHLER, C., IMADA, S., SARUBIN, A. & WRZESNIEWSKI, A. (1999), “Attitudes to food and the role of food in life in the U.S.A., Japan, Flemish Belgium and France: Possible implications for the diet–health debate”, *Appetite*, 33, 163-180.

SOEIRO, A., (2006), Produtos Qualificados. Produtos antigos e respostas modernas: In Segurança e Qualidade Alimentar. Noções Gerais, Regulamentação e Certificação. Instituto para a Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho, pp 42-43 Lisboa.

- SCHNETTLER, B., RUIZ, D., SEPÚLVEDA, O. & SEPÚLVEDA, N., (2008), “Importance of the country of origin in food consumption in a developing country”, *Food Quality and Preference*, 19, 372–382.
- VANHONACKER, F., ALTINTZOGLOU, T., LUTEN, J., & VERBEKE, W., (2011), “Does fish origin matter to European consumers?: Insights from a consumer survey in Belgium, Norway and Spain”, *British Food Journal*, 113(4), 535-549.
- VANHONACKER, F., PIENIAK, Z., & VERBEKE, W., (2012), “European consumer image of farmed fish, wild fish, seabass and seabream”, *Aquaculture International*, 1-17.
- VERBEKE, W., & WARD R. (2006), “Consumer interest in information cues denoting quality, traceability and origin: An application of ordered probit models to beef labels”, *Food Quality and Preference*. 17, 453–467.
- VERBEKE, W., I. VERMEIR & BRUNSO, K., (2007), “Consumer Evaluation of Fish Quality as Basis for Fish Market Segmentation”, *Food Quality and Preference*, 18, 651-61.
- VERBEKE, W., SIOEN, I., BRUNSO, K., HENAUW, S. & CAMP, J., (2007), “Consumer perception versus scientific evidence of farmed and wild fish: Exploratory insights from Belgium”. *Aquaculture International*, 15(2), 121-136.
- VERBEKE, W., VANHONACKER, F., FREWER, L. J., SIOEN, I., DE HENAUW, S. & VAN CAMP, J., (2008), “Communicating risks and benefits from fish consumption: Impact on Belgian consumers' perception and intention to eat fish”, *Risk Analysis*, 28(4), 951-967.
- WILCOCKY, A., PUN, M., KHANONO, J. & AUNG, M., (2004), “Consumer attitudes, knowledge and behaviour: a review of food safety issues”, *Trends in Food Science & Technology*, 15, 56-66.
- WENDY V. R., LYNN J. F., DAVIDE M. & GIUSI F., (2008) “Consumer perceptions of traceability: A cross-national comparison of the associated benefits”, *Food Quality and Preference*. 19, 452–464.

## **8. ANEXOS**

## **ANEXO I: Inquérito do Estudo**



### **INQUÉRITO**

Agradeço desde já a sua participação, neste inquérito. As informações obtidas serão utilizadas num estudo de investigação que estou a realizar, no âmbito da minha dissertação do Mestrado em Ciências de Consumo Alimentar, sob o tema “ Origem, Rastreabilidade e a interação com o consumidor.

A sinceridade das respostas é fundamental na realização deste estudo. As respostas são confidenciais e os resultados serão anónimos.

#### **Grupo I**

Assinale com **X** as perguntas que se seguem:

##### **1 - Género**

Masculino

Feminino

##### **2 - Idade**

18 a 29 anos

30 a 44 anos

45 a 60 anos

Mais de 60 anos

##### **3 - Dimensão do agregado familiar**

1 Pessoa

2 Pessoas

3 Pessoas

4 Pessoas

Mais de 4 Pessoas

#### **4 - Estado Civil**

Solteiro(a)

Casado(a)

União de facto

Outro

#### **5 - Habilitação literária**

Sem escolaridade

1º Ciclo (4ª classe)

2º Ciclo (6º ano)

3º Ciclo (9º ano)

Ensino Secundário (12ºano)

Ensino Superior (Licenciatura, Mestrado, Doutoramento)

#### **6- Situação profissional**

Trabalhador no ativo

Desempregado

Estudante

Reformado

#### **7 - Considera o seu nível económico**

Muito Bom

Bom

Suficiente

Insuficiente

#### **Grupo II**

##### **1- Conhece o significado da palavra rastreabilidade no contexto alimentar?**

Sim  Significado: \_\_\_\_\_

Não

**2- Acredita que um conjunto de números e/ou letras (lote) numa etiqueta de um produto alimentar, é suficiente para garantir a sua origem?**

Sim

Não

### **Grupo III**

**1- Quando compra carne ou peixe dá preferência a produção Nacional?**

Sim

Não

**2 – Quando compra carne de frango dá preferência a que fatores?**

**Enumere 1 e 5, sendo 1- menos importante e 5 – muito importante.**

Preço

País de origem

Aspetto

Modo de criação

Produto certificado

**3 – Quando compra carne de suíno dá preferência a que fatores?**

**Enumere 1 e 5, sendo 1- menos importante e 5 – muito importante.**

Preço

País de origem

Modo de criação

Produto certificado

Aspetto

**4 – Quando compra carne de bovino dá preferência a que fatores?**

**Enumere 1 e 5, sendo 1- menos importante e 5 – muito importante.**

Preço

País de Origem

Modo de criação

Produto certificado

Aspetto

**5 – Quando compra peixe dá preferência a que fatores?**

**Enumere 1 e 6, sendo 1- menos importante e 6 – muito importante.**

Preço

Origem Captura Aquicultura

Origem Captura Mar

Produto certificado

Aspetto

País de origem

**6- Supondo dois produtos alimentares similares, um possui uma marca de produto certificado na etiqueta e o outro não possui. Tendo aspeto idêntico, mas diferença de preço de 1 euro/quilo a mais no produto certificado.**

**Qual é que comprava?**

Produto certificado

Produto não certificado

**Obrigado pela sua colaboração!**

## ANEXO II : Lista de produtos certificados

Lista de produtos registados com o simbolo de qualidade DOP	Data de Registo
☉ Cordeiro Mirandês / Canhão Mirandês	08/11/2012
☉ Presunto do Alentejo ; Paleta do Alentejo	26/09/2008
☉ Carne alentejana	29/07/2008
☉ Carne de Bísaro Transmontano ; Carne de Porco Transmontano	15/12/2007
☉ Azeitonas de Conserva de Elvas e Campo Maior	16/02/2007
☉ Azeite do Alentejo Interior	16/02/2007
☉ Azeites do Norte Alentejano	11/05/2005
☉ Mel de Barroso	05/05/2005
☉ Requeijão Serra da Estrela	05/02/2005
☉ Carne de Porco Alentejano	05/04/2003
☉ Pêra Rocha do Oeste	19/03/2003
☉ Carne da Charneca	22/08/2002
☉ Carne Cachena da Peneda	28/02/2002
☉ Anona da Madeira	06/06/2000
☉ Queijo do Pico	19/06/1998
☉ Mel do Ribatejo Norte (Serra d'Aire, Albufeira de Castelo (...))	23/11/1996
☉ Carne Maronesa	14/11/1996
☉ Cabrito Transmontano	14/11/1996
☉ Queijo de cabra Transmontano	14/11/1996
☉ Carne Barrosã	14/11/1996
☉ Carne Mirandesa	14/11/1996
☉ Azeites do Ribatejo	13/11/1996
☉ Borrego Serra da Estrela	13/11/1996
☉ Castanha de Padrela	13/11/1996
☉ Azeites da Beira Interior (Azeite da Beira Alta, Azeite da (...))	13/11/1996
☉ Queijo S. Jorge	13/11/1996
☉ Maracujá dos Açores/S. Miguel	13/11/1996
☉ Presunto de Barrancos	21/06/1996
☉ Queijo de Nisa	21/06/1996
☉ Azeite de Moura	21/06/1996
☉ Carne Mertolenga	21/06/1996
☉ Queijos da Beira Baixa (Queijo de Castelo Branco, Queijo A (...))	21/06/1996
☉ Azeite de Trás-os-Montes	21/06/1996
☉ Queijo de Azeitão	21/06/1996

ANEXO II: Lista de produtos certificados (Cont.)  Lista de produtos registados com o simbolo de qualidade DOP (cont.)	Data de Registo
☉ Queijo Terrincho	21/06/1996
☉ Borrego Terrincho	21/06/1996
☉ Queijo Rabaçal	21/06/1996
☉ Mel da Serra da Lousã	21/06/1996
☉ Azeitona de conserva Negrinha de Freixo	21/06/1996
☉ Mel do Parque de Montezinho	21/06/1996
☉ Carne Arouquesa	21/06/1996
☉ Castanha Marvão-Portalegre	21/06/1996
☉ Castanha da Terra Fria	21/06/1996
☉ Cereja de São Julião-Portalegre	21/06/1996
☉ Mel das Terras Altas do Minho	21/06/1996
☉ Mel da Terra Quente	21/06/1996
☉ Maçã Bravo de Esmolfe	21/06/1996
☉ Mel da Serra de Monchique	21/06/1996
☉ Queijo de Évora	21/06/1996
☉ Mel do Alentejo	21/06/1996
☉ Queijo Serpa	21/06/1996
☉ Ameixa d'Elvas	21/06/1996
☉ Mel dos Açores	21/06/1996
☉ Ananás dos Açores/São Miguel	21/06/1996
☉ Queijo Serra da Estrela	21/06/1996
☉ Carne Marinhola	21/06/1996

ANEXO II: Lista de produtos certificados

Lista de produtos registados com o simbolo de qualidade IGP	Data de Registo
🍷 Cabrito do Alentejo	08/11/2012
🍷 Batata-doce de Aljezur	18/08/2009
🍷 Ovos Moles de Aveiro	08/08/2009
🍷 Presunto de Camp Maior e Elvas ; Paleta de Campo Maior e E (...)	26/09/2008
🍷 Presunto de Santana da Serra ; Paleta de Santana da Serra	26/09/2008
🍷 Chouriço Azedo de Vinhais ; Azedo de Vinhais ; Chouriço de (...)	26/09/2008
🍷 Butelo de Vinhais ; Bucho de Vinhais ; Chouriço de Ossos d (...)	26/07/2008
🍷 Chouriça Doce de Vinhais	26/07/2008
🍷 Presunto de Vinhais / Presunto Bísaro de Vinhais	17/07/2008
🍷 Alheira de Vinhais	17/07/2008
🍷 Arroz Carolino das Lezírias Ribatejanas	16/07/2008
🍷 Batata de Trás-os-Montes	16/02/2007
🍷 Linguiça do Baixo Alentejo ; Chouriço de carne do Baixo Al (...)	16/02/2007
🍷 Paio de Beja	16/02/2007
🍷 Cordeiro de Barroso ; Anho de Barroso ; Cordeiro de leite (...)	16/02/2007
🍷 Sanguieira de Barroso-Montalegre	16/02/2007
🍷 Alheira de Barroso-Montalegre	16/02/2007
🍷 Salpicão de Barroso-Montalegre	16/02/2007
🍷 Chouriça de Carne de Barroso-Montalegre	16/02/2007
🍷 Chouriço de Abóbora de Barroso-Montalegre	16/02/2007
🍷 Farinheira de Estremoz e Borba	21/08/2004
🍷 Paia de Toucinho de Estremoz e Borba	09/07/2004
🍷 Chouriço de Carne de Estremoz e Borba	09/07/2004
🍷 Paia de Lombo de Estremoz e Borba	09/07/2004
🍷 Morcela de Estremoz e Borba	09/07/2004
🍷 Chouriço grosso de Estremoz e Borba	09/07/2004
🍷 Paia de Estremoz e Borba	09/07/2004
🍷 Borrego do Nordeste Alentejano	05/04/2003
🍷 Carne dos Açores	05/04/2003
🍷 Carne de Bovino Cruzado dos Lameiros do Barroso	22/11/2002
🍷 Queijo mestiço de Tolosa	06/06/2000

ANEXO II: Lista de produtos certificados	
Lista de produtos registados com o simbolo de qualidade IGP (cont.)	Data de Registo
🍷 Salpicão de Vinhais	19/06/1998
🍷 Chouriça de Carne de Vinhais ; Linguiça de Vinhais	19/06/1998
🍷 Borrego do Baixo Alentejo	03/12/1997
🍷 Cacholeira Branca de Portalegre	27/09/1997
🍷 Painho de Portalegre	27/09/1997
🍷 Lombo Enguitado de Portalegre	27/09/1997
🍷 Lombo Branco de Portalegre	27/09/1997
🍷 Linguiça de Portalegre	27/09/1997
🍷 Morcela de Cozer de Portalegre	27/09/1997
🍷 Farinheira de Portalegre	27/09/1997
🍷 Chouriço de Portalegre	27/09/1997
🍷 Chouriço Mouro de Portalegre	27/08/1997
🍷 Morcela de Assar de Portalegre	27/08/1997
🍷 Cabrito de Barroso	13/11/1996
🍷 Presunto de Barroso	13/11/1996
🍷 Borrego de Montemor-o-Novo	21/06/1996
🍷 Cabrito das Terras Altas do Minho	21/06/1996
🍷 Maçã de Portalegre	21/06/1996
🍷 Maçã da Beira Alta	21/06/1996
🍷 Vitela de Lafões	21/06/1996
🍷 Cereja da Cova da Beira	21/06/1996
🍷 Maçã da Cova da Beira	21/06/1996
🍷 Pêssego da Cova da Beira	21/06/1996
🍷 Cabrito da Beira	21/06/1996
🍷 Borrego da Beira	21/06/1996
🍷 Maçã de Alcobaça	21/06/1996
🍷 Cabrito da Gralheira	21/06/1996
🍷 Citrinos do Algarve	21/06/1996

### ANEXO III: Caso prático de rastreabilidade

Acompanhado a rastreabilidade da carne de porco numa indústria alimentar, verifica-se que a rastreabilidade e a segurança alimentar são essencialmente garantidas através de registos e identificação.

A única forma de produzir alimentos saudáveis é a partir de animais ou plantas saudáveis, para isso é fundamental começar pelas origens.

Seguindo um exemplo de rastreabilidade da carne de porco numa indústria de abate de suínos, denota-se três documentos básicos para a produção de produtos alimentares em conformidade com a legislação. São eles o registo no portal das finanças, licença de exploração industrial e o controlo veterinário. Ilustrados nas seguintes figuras.

Portal das Finanças Page 1 of 2

SEGUNDA FEIRA, 12 SETEMBRO 2011

Galépa Indústria de Carnes SA  
NIF 5002 8869 aqui Início Os Seus Serviços Consultar Situação Cadastral Actual Dados de Actividade

#### ACTIVIDADE

Tipo Sujeito Passivo SOCIEDADE POR QUOTAS

Dados Relativos à Actividade Exercida ou Esperada

Data de Início 1974-11-12

Cessação IVA Data  
Motivo

Cessionário IVA NIF  
Nome

Cessação IR Data  
Motivo

Aquisições Intracom. NÃO Importações NÃO

Transmissões Intracom. NÃO Exportações NÃO

#### ACTIVIDADES EFECTIVAMENTE EXERCIDAS

TIPO	CAE	DESIGNAÇÃO
PRINCIPAL	10110	ABATE DE GADO (PRODUÇÃO DE CARNE)
SECUNDARIO	10130	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS À BASE DE CARNE
SECUNDARIO	46382	COMÉRCIO POR GROSSO DE OUTROS PRODUTOS ALIMENTARES, N.E.

Operações e Opções (IVA)

Tipo de Operações TR. QUE CONFEREM DIREITO À DEDUÇÃO

Pro Rata NÃO

Transacções Intracom. de Bens

Prestação/Aquisição Serviços Intracom. NÃO

Opção Regime Tributação

Opção Prática Oper. Imobiliarias NÃO

Opção Periodicidade Mensal NÃO

Regime de Reembolso Mensal (IVA)

Situação

Data de Início

Data de Fim

#### MAIS INFORMAÇÃO

Dados Gerais

Dados Portal das Finanças

Outros Dados Actividade



## NÚCLEO TÉCNICO DE LICENCIAMENTO

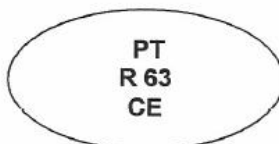
LICENÇA DE EXPLORAÇÃO INDUSTRIAL Nº 05/R/2007

Nos termos da legislação em vigor é concedido a:

**GALAPA – INDÚSTRIA DE CARNES, S.A.**-----

A licença de exploração industrial para funcionamento de um estabelecimento industrial, Tipo 1, de abate e preparação de carnes de suíno, produção de preparados de carne e carnes picadas, fabrico de produtos à base de carne de suíno, fusão de gorduras para produção de banha e torresmos e entreposto frigorífico de carnes congeladas embaladas, em anexo.-----

**Marca de Salubridade:**



**Localizado em:** Estrada da Lapa – Edifício Galapa-----

**Freguesia de:** Venda do Pinheiro-----

**Concelho de:** Mafra-----

**Observações:** A Licença Ambiental é parte integrante do presente Licenciamento

Em 01 de Fevereiro de 2007

PO Director Regional

António José Rego  
(Eng. Agrónomo)

Maria de Lurdes Almeida  
(Coordenadora do N.T.L.)

Esta Licença deverá ser exposta ao público em local bem visível

Imposto de Selo - € 3  
Tabela Geral do Imposto de Selo - 12.5.2  
Decreto-Lei nº 287/2003, de 12/11



DGV  
Direcção Geral  
de Veterinária

Ministério da Agricultura,  
do Desenvolvimento Rural e das Pescas

Direcção de Serviços de Higiene Pública Veterinária

## REGISTO DE ATRIBUIÇÃO DE NÚMERO DE CONTROLO VETERINÁRIO

N.º 04/2007

### 1. IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO:

Denominação social GALAPA - Indústria de Carnes, S.A.  
Endereço Estrada da Lapa  
Código Postal 2665-540 Localidade VENDA DO PINHEIRO  
Freguesia Venda do Pinheiro Concelho Mafra

### 2. LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA APLICÁVEL

Regulamentos (CE) n.º 852/2004, n.º 853/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 29 de Abril

### 3. ACTIVIDADES AUTORIZADAS

- Abate e Preparação (corte e desossa) de carnes suíno;  
- Fabrico de produtos à base de carne de suíno (fumados e cozidos), fusão de gorduras (banha) e fabrico de torresmos;  
- Fabrico de preparados de carne de suíno;  
- Entrepasto frigorífico de carnes congeladas embaladas.

### 4. NÚMERO DE CONTROLO VETERINÁRIO E MARCA DE SALUBRIDADE ATRIBUÍDA

N.º Controlo Veterinário: R 63

Marca de salubridade:

PT  
R 63  
CE

### 5. Observações


Em 09 de Janeiro de 2007

O DIRECTOR GERAL

Carlos Agrela Pinheiro

*Fernando Bernardo*  
FERNANDO BERNARDO  
Subdirector-Geral

Os criadores de suínos também têm de demonstrar que receberam formação e que encontram-se aptos para exercer a sua atividade. Através dos seguintes documentos, registo para o exercício da atividade pecuária de suínos, certificado de aptidão profissional para condutores e tratadores e autorização do transportador de animais. Ilustrados nas seguintes figuras.



Ministério da  
Agricultura,  
do Desenvolvimento  
Rural e das Pescas

DGV  
Direção Geral  
de Veterinária

**REGISTO PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE PECUÁRIA DE SUÍNOS**      Modelo A  
SÉRIE A

Novo pedido       Renovação       Alteração

701468

**1 CRIADOR**

1	NOME	HELDER BILHARDO PEDRO DE OLIVEIRA	
2	ENDEREÇO POSTAL	RUA DA JARDIMISTA ALDEIA (Cód. Postal) Localidade 2510-101 TORRES VEDRAS	
3	NATURALIDADE OU LOCAL DE REGISTO DO PACTO SOCIAL	FREGUESIA	CONCELHO
4	DATA NASCIMENTO OU DO PACTO SOCIAL	N.º BILHETE DE IDENTIDADE OU PACTO SOCIAL	
5	EMPRESA	Identificação fiscal N.º de contribuinte	
6	EM	Assinatura	
7	DIRECÇÃO REGIONAL DE AGRICULTURA		
8	DIRECÇÃO GERAL DE VETERINÁRIA		

TRIPLICADO - FICA NA POSSE DO CRIADOR

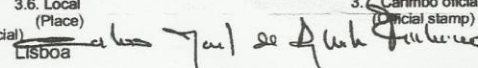
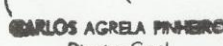
PREENCHA EM MAIÚSCULAS (1 POR QUADRADO)

27/DCV

# Certificado de Aptidão Profissional

**Certificado de aptidão profissional para condutores e tratadores, nos termos do nº 2, do artigo 17º do Reg. 1/2005**

(Certificate of competence for drivers and attends pursuant to Article 17)

<b>1. IDENTIFICAÇÃO DO CONDUTOR/TRATADOR (DRIVER / ATTENDANT IDENTIFICATION)</b>		
1.1. Apelido (Surname)  PEREIRA OLIVEIRA		
1.2. Nomes próprios (First Name)  HELDER BALTAZAR		
1.3. Data de Nascimento (Date of birth)  12/04/1961	1.4. Local e país de Nascimento (Place and country of birth)  CARMÕES - TORRES VEDRAS  PORTUGAL	1.5. Nacionalidade (Nationality)  PORTUGUESA
<b>2. Nº DO CERTIFICADO (CERTIFICATE NUMBER)</b>  179		
2.1. A presente autorização é válida até: (This authorization is valid until)  VITALÍCIA		
<b>3 ORGANISMO EMISSOR DO CERTIFICADO (BODY ISSUING THE CERTIFICATE)</b>		
3.1. Nome e endereço do organismo emissor do certificado (Name and address of the body issuing the certificate)  Direcção Geral de Veterinária, Largo da Academia das Belas Artes, N.º2 - 1249-105 Lisboa		
3.2. Telefone (Telephone)  213239500	3.3. Fax (Fax)  213239565	3.4. Endereço electrónico (Email)  veterinaria@mail.telepac.pt
3.5. Data (Date) (Name and signature of the official) 01/08/2008	3.6. Local (Place) LISBOA	3.7. Carimbo oficial (Official stamp) 
3.8. Nome e assinatura <div style="text-align: center;">   <b>CARLOS AGRELA PINHEIRO</b>                      Director-Geral                 </div>		


Tipo de Viagem: Longa

Frequentou o curso de Formação de Bem-Estar Animal em Transporte( Bovinos, Ovinos, Caprinos, Suínos)

Regulamento 1/2005 de 22 de Dezembro de 2004

**Autorização do transportador nos termos do n.º1, do artigo10º**

**(Transporter authorisation pursuant to article 10)**

1. N.º DE AUTORIZAÇÃO DO TRANSPORTADOR (TRANSPORTER AUTHORISATION Nº) PT6848R		
2. IDENTIFICAÇÃO DO TRANSPORTADOR (TRANSPORTER IDENTIFICATION) 2.1. Denominação Social (Company name) Helder Baltazar Pereira Oliveira		<b>TIPO1/ TYPE1 NÃO VÁLIDO PARA VIAGENS DE LONGO CURSO/ NOT VALID FOR LONG JOURNEYS</b>
2.2. Endereço (Address) Rua da Boa Vista, nº4, Alfeiria		
2.3. Cidade (Town) Alfeiria	2.4. Código Postal (Postal Code) 2565-114	2.5. Estado-Membro (Member State) Portugal
2.6. Telefone (Telephone) 261743539	2.7. Fax (Fax) 261743539	2.8. Endereço electrónico (Email)
3. AUTORIZAÇÃO LIMITADA A DETERMINADOS (AUTHORISATION LIMITED TO CERTAIN) Tipos de Animais (Types of animals) <input checked="" type="checkbox"/> Meios de Transporte (Modes of transport) <input type="checkbox"/> Especificar aqui: (Specify here) Suínos		
Data de Expiração (Expiry data) 08/02/2016		
4. AUTORIDADE EMISSORA DA AUTORIZAÇÃO (AUTHORITY ISSUING THE AUTHORISATION) 4.1. Nome e endereço da autoridade (Name and address of the authority) Direcção Geral de Veterinária, Largo da Academia das Belas Artes, N.º2 - 1249-105 Lisboa		
4.2. Telefone (Telephone) 213239500	4.3. Fax (Fax) 213239644	4.4. Endereço electrónico (Email) veterinaria@mail.telepac.pt
4.5. Data (Date) 11/02/2011	4.6. Local (Place) Lisboa	4.7. Carimbo oficial (Official stamp)  <i>Miguel Oliveira Cardo</i> Subdirector-Geral
4.8. Nome e assinatura (Name and signature of the official)		

Tendo o criador intenção de abater os animais deverá preencher a declaração de responsabilização como os suínos não comprometem a rastreabilidade e a segurança alimentar, como demonstra a seguinte figura.



**DECLARAÇÃO**

Eu, Sociedade Agro-Pecuária Torre D. Diogo, Unipessoal, Lda., com instalações em Herdade Torre D. Diogo - Branca. detentor do cartão de produtor nº PC 712172, venho por este meio, por exigência de GALAPA - Indústria de Carnes S.A., declarar que os animais vivos da espécie Suína fornecidos a esta empresa, provenientes da exploração(ões) com a(s) marca(s) PRSSA, para abate no matadouro PT R-63:

N.º de matrícula Reg. n.º C.R.P. / C. de Registo - n.º 300 238 965 - Capital Social 2.000,00 €

- De acordo com as exigências legais estabelecidas no Regulamento CE nº 852/2004 anexo I parte A relativamente às disposições gerais de higiene e manutenção de registos, é assegurada a higiene dos animais que chegam ao matadouro, que o processo produtivo é acompanhado pela supervisão de um veterinário, todos os animais que chegam ao matadouro estão devidamente identificados de forma a garantir a rastreabilidade de cada animal, são mantidos registos sobre a natureza e origem dos alimentos com que os animais são alimentados, são mantidos registos sobre os medicamentos veterinários ou outros tratamentos administrados aos animais, datas de administração e intervalos de segurança.

- De acordo com as exigências do Decreto-lei nº 150/99 e Decreto-lei nº 185/2005 relativos à proibição de certas substâncias com efeitos hormonais e de beta-agonistas em produção animal, não são utilizadas substâncias hormonais e substâncias beta-agonistas com a finalidade de estimular o crescimento e a produtividade dos animais na exploração e são cumpridos os intervalos de segurança previstos para a medicação ministrada no tratamento terapêutico.

- De acordo com as exigências do Regulamento nº 1881/2005, Regulamento nº 812/2011 e Regulamento nº 813/2011 que fixa os teores máximos de contaminantes nos géneros alimentícios, estão a ser cumpridos os requisitos impostos relativamente aos controlos a efectuar ao nível dos alimentos para animais.

Data: 09/09/2011

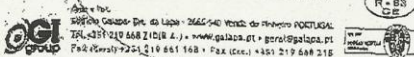
O Produtor,

*Sigiso António Dias Alves*

(assinatura e carimbo)

**Sociedade Agro-Pecuária  
Torre D. Diogo, Unipessoal, Lda.**  
Cont. N.º 501 222 707  
Herdade Torre D. Diogo - Branca  
2100-607 BRANCA CCH  
Tel.: 243 676 294 - Fax: 243 676 332

GALAPA • INDÚSTRIA DE CARNES, S.A.



Após a verificação das condições é possível encaminhar os suínos para o matadouro. O transportador quando se desloca ao matadouro é acompanhado pela guia de trânsito de suínos para abate imediato, pela informação relativa à cadeia alimentar dos suínos e plano de tratamento profilático. Em seguida as figuras representativas.



**DECLARAÇÃO DO OPERADOR DO SECTOR PRIMÁRIO/CRIADOR DE SUÍNOS  
INFORMAÇÃO RELATIVA À CADEIA ALIMENTAR**

**1. Identificação do fornecedor:**

Nome: Sociedade Agro-Pecuária Torre D. Diogo, Unipessoal, Lda.	Nº de Registo: 1432/RO
Localização: Herdade Torre D. Diogo 2100-Branca / Coruche	Tel: 243676294
Caracterização da exploração: Intensiva - Ciclo fechado	NIF: 501222707

**2. Identificação dos animais:**

Marca(s) de exploração que os animais ostentam: PTSS95A.....	
Identificação do efectivo, lote ou pavilhão: Pavilhão 3- Lote 1107	Número total de animais: 100
Pavilhão 4- Lote 1108, Lote 1109, Lote 1110, Lote 1111	

**3. Matadouro de destino (Incluir nº. de controlo veterinário):  
ou Centro de Agrupamento de Suínos (incluir marca):**

Salsicharia Galapa  
Nº. PT R 63 CE

**4. Guia de Transporte nº C 149968  
Data saída da exploração, 21/09/2011**

**5. Identificação do Médico Veterinário assistente da exploração de proveniência:**

Nome: João Manuel Vilhena Da Costa.....	Nº. Carteira Profissional: 1226
Endereço: Rua D. Nuno Álvares Pereira - Grândola.....	

**6. Estatuto sanitário dos animais da exploração e/ou estatuto sanitário regional:**

Animais sem sintomas de doenças de declaração obrigatória.

**7. Medicamentos e outros produtos de uso veterinário administrados aos animais:**

(Identificar os produtos, modo de administração, data de administração e intervalos de segurança)

Todos os medicamentos utilizados estão registados no livro de registos ou compõem o plano profilático da exploração, respeitando sempre os respectivos intervalos de segurança.

**8. Ocorrência de doenças:**

Não ocorreram doenças de risco para a saúde pública.

**9. Exames executados para diagnóstico de doenças ou no âmbito de vigilância e controlo de zoonoses e resíduos:**

Nada de relevante a assinalar.


**10. Informação sobre relatórios relevantes de inspecção ante-mortem e post-mortem em animais provenientes da mesma exploração incluindo relatórios do veterinário oficial:**

Nada de relevante a assinalar.

Declaro que as informações constantes nesta declaração são verídicas

Nome: Sérgio António Dias Alves.

Data:.....20/09/2011.....

  
 Sociedade Agro-Pecuária  
 Torre D. Diogo, Unipessoal, Lda.  
 CCH. N.º 501 222 707  
 2100-607 BRANCA CCH  
 Tel.: 243 676 294 - Fax: 243 676 331

Plano de Tratamento Profilático			
Data de início:		Jan. 2011	
Data de Cessação:		Dez. 2011	
Identificação da exploração			
Nome:	Sociedade Agro-Pecuaría Torre D. Diogo, Lda		
Localidade:	Herdade Torre D. Diogo - Branca - Coruche		
Marca de Exploração:	PT3395A		
Proprietária ou Detentor dos animais:	Sociedade Agro-Pecuaría Torre D. Diogo, Lda		
Espécie Animal:	Suína		
Categoria Etária(*):	Descendência		
Acontecimento(**)	Data	Medicamentos Nome/ Posologia / Via de Administração	Intervalo de segurança
Acumulação	de 0 a 1 dia após	Oleptogil / 1ml / I.M.	nulo
Nascimento	de 5 a 8 dias após	Compropen / 0,5ml / I.M. Baycox / 2ml / oral ou Toltramil / 2ml / oral	nulo 77 dias 77 dias
Desmame	1 a 2 dias antes	Ingeivac M. Iyo / 2ml / I.M. ou Ingeivac Mycoflex / 1ml / I.M.	0 dias 0 dias
Desmame	1 a 2 dias antes	Porcilis PCV / 2ml / I.M. ou Ingeivac Circoflex / 1ml / I.M.	0 dias 0 dias
Desmame	4 a 8 dias após	Alsir / 1ml / I.M.	10 dias
Desmame	2 semanas após	Calermutin / 1kg - 1 ton. durante 5 dias/ alimentar ou Tiamutin / 1kg - 1 ton. durante 5 dias/ alimentar ou Vetamulin / 1Kg - 1000 litros água durante 5 dias/ oral	5 dias 5 dias 5 dias
Entrada na Engorda	10 a 12 semanas de vida	Suvaxyn Aujeszky / 2ml / I.M. ou Kultibiot Aujeszky / 2ml / I.M. ou Auscipar -GN / 2ml / I.M.	5 dias 0 dias 2 dias
Final do enchimento de cada pavilhão de engorda	10 a 16 semanas de vida	Vetadoxil / 0,5Kg - 1000 litros água durante 5 dias/ oral ou Dorsivet / 0,5 l - 1000 litros água durante 5 dias/ oral	10 dias 6 dias
Final do enchimento de cada pavilhão de engorda	10 a 16 semanas de vida	Calermutin / 250 ml - 1000 litros água durante 5 dias/ oral ou Vetamulin / 0,25Kg - 1000 litros água durante 5 dias/ oral	5 dias 5 dias
(*) Reprodutoras, Reprodutores, Descendência, Outros (**) Entrada, Cobrição, Desmame, Outros			
O Médico Veterinário (Assinatura e Carimbo) <b>POLIVETE</b> ASSISTÊNCIA VETERINÁRIA, LDA. CONTRIBUINTE N.º 509 889 328 Rua D. Nuno Álvares Pereira, 142 Telef. 266 442 617 - 7570-239 GRÁNDOLA			

O abegão, responsável pela receção dos suínos no matadouro preenche a guia de receção de suínos para abate, de acordo com a figura seguinte, e faz o encaminhamento dos mesmos para os respetivos parques.



# GUIA RECEPÇÃO DE SUINOS P/ABATE

Nº 2606

<b>Galapa - Indústria de Carnes, S.A.</b> Edifício Galapa, Estrada da Lapa 2665 - 540 Venda do Pinheiro Tel. (+351) 219 668 210 Fax. (+351) 219661168 / 8218 NIPC. 500 238 863 E-mail: geral@galapa.pt www.galapa.pt	DATA: <u>21.9.2011</u> HORA: <u>10:10</u> N.º GUIA DE TRANSPORTE ANIMAIS: <u>149968</u>
	FORNECEDOR: <u>Soc. Ag. Pecuária Tona, D. Digos</u>
	MOTORISTA: <u>[assinatura]</u> MATRÍCULA: <u>99.04.E1</u>
	CLIENTE: <u>SONAE</u>

PT  
R - 63  
CE

N.º ANIMAIS	MORTOS EM TRANSPORTE	N.º PARQUES
<u>100</u>		<u>36-32-28</u>

OBSERVAÇÕES: \_\_\_\_\_

CONFERIDO POR: [assinatura] Data: 21.09.2011 HORA: 10:00

LPRO.05/18-02

Posteriormente, os inspetores da Direção Geral de Veterinária fazem a relação de guias de trânsito com entradas de animais para abate e a inspeção visual dos suínos. É efetuado um mapa de abate, onde são formados os vários lotes. De acordo com as seguintes figuras.



**MAPA DE ABATE DIÁRIO** *Sipa* ✓ 18461

DATA: 23/09/2011 O ENCARGADO DA ABEGOARIA: SILVINO Hora Início Abate: Hora Fim Abate: 6h Feira

Nº Lote	N.º de Guia	Código da Exploração	Fornecedor	Cliente	N.º de Porcos	N.º de Parques	Observações
✓ 1	131862	PTRG3FS	Querido	Serniceornes	106	33-29-25	
✓ 2	054893	PTSH16D	Eduardo	Serniceornes	27	21	
✓ 3	085662	PTVW38G	SUINIMOR	FIRSTFOODS	70	8-12	
					203		
✓ 4	113892	PTWS73A	Completor	GALAPA	10	13-9-5	
✓ 5	138219	PTWG67A	RACALTO	GALAPA	29	13-9-5	nº 11 - Paralt
✓ 6	054214	PTSG495	Euroeste	GALAPA	8	1	
✓ 7	131795	PTRV12A	Euroeste	GALAPA	13	4	nº 8 - Euroeste
✓ 8	054893	PTSH16D	Eduardo	GALAPA	12	17	
					70		
✓ 9	166243	PTBY04A	SUPVEST	AGRUPALTO	41	60-61-62	
✓ 10	117624	PTRZ12A	SA-PNEBIVA	AGRUPALTO	24	53-54	Total suínos - 477
✓ 11	166723	PTSD45C	LEBAYD	AGRUPALTO	6	55	Reprodutores - 10
✓ 12	135232	PTSE78B	Euroeste	AGRUPALTO	33	56-57-58-59	Reprodutores - 244
✓ 13	134834	PTRY02A	TEQUIPEC	AGRUPALTO	9	36	MP-0
✓ 14	055903	PTSL04A	Euroeste	AGRUPALTO	24	32-28-24	MP-0
✓ 15	155427	PTVVD1A	V. Agueda	AGRUPALTO	35	16-20	RAT-0
				AGRUPALTO	172		

LPRO.05/03-04 O INSPECTOR SANITÁRIO

Reunindo todas as condições os suínos são abatidos, desmanchados e transformados. De acordo com as especificações dos clientes a carne é embalada, possuindo sempre as informações de rotulagem que permitem a sua rastreabilidade, como se evidencia na figura seguinte.

