

A carne bovina brasileira alcançará o mercado "gourmet"?

Gelson Luís Dias Feijó
Fernando Rodrigues Teixeira Dias
Guilherme Cunha Malafaia
Paulo Henrique Nogueira Biscola
pesquisadores, CiCarne Embrapa



1

Embrapa

Empresa pública brasileira que busca viabilizar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação para a sustentabilidade da agricultura, em benefício da sociedade brasileira.

Centro de Inteligência da Carne Bovina

O CiCarne trabalha com dois objetivos primordiais:

Promover a antenagem, captura e análise de sinais e tendências de desdobramentos tecnológicos e do mercado de inovações relevantes à tomada de decisão dos stakeholders envolvidos na cadeia produtiva da carne bovina brasileira.

Produzir, sistematizar e dispor informações e dados de maneira organizada visando a melhor coordenação da cadeia produtiva da carne bovina brasileira promovendo ganhos competitivos para seus stakeholders.

Análise da semana de 26 de setembro a 2 de outubro

A resposta imediata é sim, mas não será de hoje para amanhã. Este boletim mostra a ponta do "iceberg", pois o assunto é amplo e complexo. Este texto serve, portanto, como uma linha de pensamento que poderá evoluir a ponto de orientar o que será a pecuária brasileira no futuro.

É indiscutível o progresso auferido pela cadeia da carne bovina nas últimas décadas, alçando o Brasil ao patamar de "o grande player" do mercado. O Brasil é hoje um dos maiores provedores de carne do mundo, tanto pela quantidade de carne exportada como pelas garantias de constância e qualidade dessa oferta. Os conceitos de carne ingrediente e carne culinária são plenamente alcançados pelo produto brasileiro, o que é algo positivo e negativo ao mesmo tempo. É bom porque garante os mercados ora atendidos, mas mostra fragilidade no baixo preço do produto exportado.(1) Sendo otimista, essa fragilidade na verdade é uma oportunidade para o país.

Uma das razões para a carne brasileira ser o que é hoje é resultado dos sinais dados aos produtores no passado. Que orientação o sistema produtivo recebeu nas últimas décadas para direcionar a produção?

Em um passado não muito distante houve um contexto de escassez. O Brasil importou até carne com suspeita de estar contaminada por radioatividade.(2) A cadeia foi estimulada a aumentar a produção e respondeu positivamente e a missão foi cumprida. Logo depois, o foco mudou e o sistema produtivo passou a visar a produtividade. Viu-se que a proposta de aumento horizontal da produção era insustentável, afinal, na pior das justificativas, há limites territoriais. A cadeia foi estimulada a focar na produtividade, hoje reconhecida. O sistema produtivo novamente respondeu positivamente e vem cumprindo sua missão.(3)

Portanto, o que é preciso para que a cadeia da carne bovina brasileira atenda aos anseios do mercado da carne gourmet? Resposta imediata, muita coisa. A cadeia precisa ser redirecionada por ações que vão dos insumos ao consumidor, passando por todos os elos da cadeia. O que se pode antever e afirmar é que o início do processo não será no produtor. O início da mudança deve partir do mercado, pois o consumidor será o "juiz" que dirá se os esforços despendidos estão sendo efetivos. O consumidor precisará reconhecer que o produto é diferenciado para então pagar de forma diferenciada.

(1) Assunto do boletim CiCarne da semana de 19 a 25/09/20: "Brasil recebe de 27 a 41% a menos pela carne bovina exportada do que concorrentes".

(2) Em 1986.

(3) Assunto do boletim CiCarne da semana de 30/05 a 05/06/20: "A produtividade do rebanho bovino brasileiro em carcaças aumentou 80% em 20 anos".

Mas o que o consumidor deseja? Se os anseios do consumidor nacional são insuficientes para redefinir os rumos da cadeia da carne brasileira, o mesmo deve ser buscado nos mercados externos: o que deseja o importador da carne brasileira? Para ambos, aplica-se a mesma condição: o primeiro passo é conscientizar o consumidor que ele está consumindo um produto brasileiro, para então questioná-lo sobre suas impressões e preferências. Mas é questionável se o consumidor brasileiro seria capaz de reorientar o sistema produtivo, pois em geral o consumidor brasileiro costuma desconhecer a carne que consome. Na comercialização da carne bovina, é prática antiga e atualíssima a falta de informação sobre o que o consumidor está comprando, embora tenha havido avanços consideráveis em nichos de mercados, em que houve a popularização de novos cortes.

Para agregar valor vê-se o surgimento de cortes usando e abusando do estrangeirismo. Consumidores ditos entendedores do churrasco "gourmet" pagam preço de picanha pelo "denver steak" (acém) ou "flat iron steak" (paleta), ou seja, acém e paleta com apelidos viraram carne nobre e ganharam valor porque o consumidor provou, gostou e reconheceu suas qualidades. O interessante é que isto não é um problema, mas uma das soluções possíveis para o Brasil se aproximar do mercado de carne "gourmet". Afinal, não basta um novo nome em inglês: a novidade exige uma forma de preparo específica que tem custo e precisa agregar valor. Um único senão dessa prática é que fazendo isso o nome fantasia é desvinculado do corte oficial que o originou, o que favorece o oportunismo. É salutar a criação de cortes novos, mas é necessário seguir a Portaria Nº 5 de 8 de novembro de 1988 do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, que padroniza os cortes no Brasil. As peças comercializadas embaladas deveriam ter anúncios e etiquetas contendo o nome fantasia e entre parênteses o nome do corte padrão que lhe deu origem.

Como um exemplo de que o futuro da cadeia da carne bovina no Brasil precisa do esforço de todos os seus elos, uma ação institucional envolvendo governo e a iniciativa privada seria a reedição desta portaria de padronização de cortes, trazendo as variantes mais comuns dos cortes originais em formato similar ao catálogo da ABIEC direcionado à exportação.(4)

Se o consumidor souber o que consome, saberá valorizá-lo apropriadamente.

(4) Disponível em <http://abiec.com.br/en/publicacoes/brazilian-beef-cuts-book/>.

Cadastre-se no site do CiCarne (<http://www.cicarne.com.br/cadastro/>) para receber semanalmente o boletim.

Siga-nos no Instagram @cicarne_embrapa (https://www.instagram.com/cicarne_embrapa/?igshid=opurn28vx7u) e no Telegram (<https://t.me/cicarne>).

Essa e outras publicações podem ser encontradas no site do CiCarne.

Em 22 de abril, o CiCarne disponibilizou o Comunicado Técnico "Os impactos da COVID-19 para a cadeia produtiva da carne bovina brasileira" para colaborar com as análises e impressões.

Contribuições e sugestões: cnpgc.cicarne@embrapa.br.

Mais informações sobre a cadeia produtiva da carne bovina: [/cicarne.com.br](http://cicarne.com.br).

Este boletim é uma iniciativa do Centro de Inteligência da Carne Bovina (CiCARNE), no qual são disponibilizados dados e informações relevantes para a cadeia produtiva da carne bovina brasileira. Serão abordados diversos pontos relacionados aos elos da cadeia produtiva e neste período será dada atenção especial aos impactos do novo coronavírus.