

praticar as estratégias de marketing denominadas de segmentação de mercados, seleção de mercados-alvo e diferenciação da oferta. Caberá às Empresas Pantaneiras que fazem parte do negócio da carne trabalharem conjuntamente para trazerem ganhos a todos os envolvidos, o aporte cada vez maior de tecnologias, o uso do setor estatal como um facilitador e fiscalizador da qualidade e sanidade e finalmente, o exaustivo uso das ferramentas de marketing.

Realização:



Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária  
Centro de Pesquisa Agropecuária do Pantanal  
Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento  
Rua 21 de setembro, 1880 - Caixa Postal 109  
CEP 79320-900 - Corumbá-MS  
Fone (067) 233-2430 Fax (067) 233-1011  
<http://www.cpap.embrapa.br>  
email: [sac@cpap.embrapa.br](mailto:sac@cpap.embrapa.br)

Ministério da Agricultura,  
Pecuária e Abastecimento



Patrocínio:



Texto: Roberto Aguilar M.S.Silva  
Fotos: Embrapa Pantanal/  
Roberto Aguilar M.S. Silva

Tratamento de Ilustrações: Rosilene Gutierrez  
Editoração Eletrônica: Rosilene Gutierrez

Folder nº 36  
Tiragem: 100 exemplares  
Corumbá/MS  
Junho, 2004

C I Ê N C I A  
NA MESA

## Futuro da Pecuária Pantaneira Pantanal 2050

Embrapa  
Pantanal

As alianças mercadológicas poderão ser definidas como um compromisso estabelecido entre os segmentos de produção, abate/processamento e distribuição de carne bovina, no Pantanal 2050 que terão como objetivo comum ofertar um produto com atributos de qualidade que o diferencie da "carne-commodity" disponível hoje no varejo. No Pantanal o interesse na formação de alianças estratégicas se fundamentará no estabelecimento de comportamentos estratégicos ao longo da cadeia que resultarão em acordos cooperativos. O sucesso da formação de uma aliança mercadológica no Pantanal deverá ser fundamentada no planejamento estratégico. As "Alianças Mercadológicas" reunirão produtores, frigoríficos e comerciantes, para fornecer ao Consumidor uma carne de melhor qualidade e garantir melhores rendimentos a todos os participantes. As pressões dos consumidores sobre a pecuária Pantaneira por variedade, qualidade e segurança dos alimentos afetará a organização da indústria, incluindo

os tipos de contratos de compra e venda dentro da cadeia da Carne e das informações tecnológicas (aqui também estão incluídas as informações econômicas). A produção nas fazendas estará recebendo mais investimentos intensivos de capital, com ênfase sobre a adição de valores aos "commodities". A diferenciação de produtos e o controle da qualidade estarão se tornando essenciais a nível da fazenda. Em alguns frigoríficos o contrato de produção estará ocorrendo de forma mais comum entre os processadores e distribuidores na tentativa de garantir maior controle sobre os produtos cárnicos e assegurar o escoamento dos produtos. Alguns contratos especificarão práticas de manejo da produção, tais como uso de genéticas específicas ou métodos de produção. Em outros tipos de contratos o processador do alimento ganhará maior controle sobre os produtos da fazenda ao fornecer insumos importantes como os animais, rações e assistência técnica. A tendência é que em um futuro próximo no Pantanal os contratos venha a ser mais comuns e



venham a ganhar mais espaço Junto aos tradicionais métodos de compra e venda. A indicação geográfico utilizado em conjunto ao produto ou ao serviço estabelece uma ligação entre as suas características e a sua origem, criando, conseqüentemente, um fator diferenciador entre aquele produto ou serviço e os demais disponíveis no mercado, tornando-o mais atraente e confiável. Em 2050 as Fazendas Pantaneiras farão intensamente o uso de tecnologias com as desenvolvidas hoje pela Embrapa Pantanal. As mudanças no comportamento dos compradores estarão fazendo com que cada vez mais empresas Pantaneiras (Fazendas, Frigoríficos, distribuidores, etc...) comecem a