

CARNE BOVINA COM QUALIDADE: UMA REVISÃO**BEEF MEAT QUALITY: A REVIEW**

Bruno LALA¹

Ana Paula Silva POSSAMA¹

Vinicius Valim PEREIRA¹

Paula Porcena DINIZ²

Stefânia Caroline Claudino DA SILVA²

Paula Adriana GRANDE³

Priscilla Ayleen Bustos MAC-LEAN³

RESUMO

A diferenciação dos alimentos proporciona um produto de melhor qualidade ao consumidor final. O aumento da exigência dos consumidores pela qualidade dos produtos alimentares força para que as organizações desenvolvam instrumentos com maior eficiência na segurança, diferenciação e na agregação de valor aos seus produtos. A rastreabilidade proporciona ao consumidor, através de legislação comunitária, a garantia de um produto que está sendo rastreado em todas as fases do processo produtivo, permitindo também voltar às origens, fornecendo informações úteis para corrigir e aperfeiçoar as cadeias. Objetivou-se com esta revisão abordar a produção de carne com qualidade à consumidores exigentes.

Palavras-chave: ambiente institucional, mercado, rastreabilidade

ABSTRACT

The differentiation of foods provides a better quality product to the end consumer. Increased requirement of consumers for food quality to force organizations to develop instruments with greater efficiency in security, differentiation and adding value to their products. Traceability provides the consumer, through legislation, to guarantee a product that is being tracked at all stages of the production process, allowing also return to the origins, providing useful information to correct and refine the chains. The aim of this review to address the production of meat quality critical consumer.

Keywords: institutional environment, market, traceability

¹ Discente do Programa de Pós-Graduação em Zootecnia, Universidade Estadual de Maringá – UEM. Maringá-PR. brunolala@hotmail.com

² Discente do curso de Zootecnia, Departamento de Zootecnia. Universidade Estadual de Maringá – UEM. Maringá Paraná.

³ Docente, Departamento de Zootecnia. Universidade Estadual de Maringá – UEM. Maringá – PR.

INTRODUÇÃO

A produção brasileira de carne bovina representou, em 2011, 15,9% do total mundial, crescendo 64,75% nos últimos 20 anos, passando a 5,48 milhões de toneladas em 1991, para 9,03 milhões de toneladas em 2011, garantindo assim o segundo lugar no ranking dos países produtores (USDA, 2012) atrás dos Estados Unidos (12,048 milhões de toneladas, 21,2% da produção mundial). O consumo per capita em 2011 foi liderado pelo Uruguai, com 60 quilos consumidos por pessoa; a Argentina, com um consumo per capita de 54 quilos, e Brasil, com uma taxa de consumo de 38 quilos por pessoa por ano, ficaram em segundo e terceiro lugares, respectivamente, no consumo per capita de carne bovina em 2011.

Após a crise mercadológica em 2001, surgiram novas oportunidades de negócios para a carne brasileira no ano de 2002, voltando gradativamente o consumo de carne. O Reino Unido obteve destaque nas vendas externas do produto brasileiro, importando cerca

de US\$ 151 milhões, e os grandes destaques foram a Rússia que importou US\$ 45,9 milhões em relação a US\$ 1.9 milhões em 2001 e a Arábia Saudita, com vendas de US\$ 65,5 milhões com um aumento de 56,8% em relação a 2001.

O mercado externo é um forte fator de sustentação do mercado interno, os valores da arroba de boi no mercado futuro para 2013 indicam que os agentes estão apostando também no crescimento acelerado da economia. No final de 2012, a arroba foi negociada a R\$ 95,08 para abril de 2013, o que mostra o crescimento do setor, mesmo com o preço da arroba em baixa e com alta oferta. Estas perspectivas de preço no mercado futuro serão atingidas na conjuntura de três variáveis: câmbio que permitiria a sustentação do volume de exportação, o crescimento da economia interna e a expansão da economia internacional.

REVISÃO DA LITERATURA

Com base nos dados do IBGE, entre abril e junho de 2012 foram abatidas 7,6 milhões de cabeças de bovinos, aumento de 5,6% em relação ao trimestre anterior e de 7,9% na comparação com o mesmo período de 2011. O aumento da exigência dos consumidores pela qualidade dos produtos alimentares força para que as organizações desenvolvam instrumentos com maior eficiência na segurança, diferenciação e na agregação de valor aos seus produtos (SPERS, 2003), e a diferenciação dos alimentos proporciona um produto de melhor qualidade ao consumidor final. As empresas buscam a cada dia normas próprias, a fim de garantir um produto de melhor qualidade e garantia de sanidade, considerando

um produto com alto valor agregado (BARCELLOS, 2007).

Sendo assim, surge a necessidade de melhorias na qualidade da carne bovina no país, para atender aos consumidores e mercados exigentes, que escolhem o corte cárneo baseado na experiência anterior com o modo de preparar e com o grau de satisfação na refeição, sendo influenciado pela aparência, ou seja, pela cor da carne, quantidade e distribuição da gordura, firmeza, e no caso do produto embalado, pela quantidade de líquido livre. Para este consumidor, a decisão de voltar a comprar no mesmo ponto de venda, ou do mesmo tipo de carne, vai depender de terem sido satisfeitas suas expectativas iniciais.

Carne Bovina Diferenciada

De acordo com Saab (1999), a diferenciação da carne bovina gera uma confiabilidade do consumidor sobre estes produtos, tendo em vista que é apresentado um produto com qualidade superior e sua procedência garantida, significando que a diferenciação da carne bovina possui o foco no consumidor, para que sempre seja proporcionada a confiança do produto comercializado. Essas melhorias englobam o controle de qualidade em frigoríficos e indústrias, começando com a rastreabilidade, processo de grande importância na cadeia produtiva da carne bovina, que é controlado no Brasil pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento por meio do Sistema Brasileiro de Identificação e Certificação de Origem Bovina e Bubalina – SISBOV. De maneira geral, esse processo visa garantir a segurança do alimento por meio da identificação e controle de todas as etapas do processo produtivo, desde a propriedade rural até o varejo.

A carne adquirida de animais rastreados é uma carne diferenciada, e trata-se de um sistema que busca assegurar a qualidade, conseqüentemente agregando um valor ao seu produto, porém sua grande vantagem é a garantia da sanidade, pois dispõem de um controle desde o nascimento do animal até o abate, com registros acreditados por uma certificadora. Sendo assim, um produto que possua a rastreabilidade é considerado certificado, porém um produto certificado não pode ser considerado rastreado (MACHADO, 2000). A rastreabilidade proporciona uma garantia ao consumidor através de legislação comunitária, lhe garantindo o consumo de um produto que está sendo rastreado em todas as fases do processo produtivo, permitindo também voltar às origens, fornecendo informações úteis para

corrigir e aperfeiçoar as cadeias (LOMBARDI, 1998)

Nas especificações de qualidade, levam-se em conta muitos parâmetros estabelecidos a partir de critérios técnicos priorizando a produtividade e a saúde da população, porém, sem saber a opinião do consumidor, sem tentar descobrir a qualidade atrativa que deveria estar contida no produto para conquistar a sua preferência. As especificações de processos e produtos são importantes, mas elas são da responsabilidade dos governos e, muito mais, do setor. Há muito que não deveriam fazer parte das preocupações de quem vai às compras podendo decidir como gastar seu dinheiro entre as inúmeras alternativas que lhe são ofertadas. É o que se denomina qualidade óbvia, cuja ausência deixa insatisfeito o consumidor, porém a presença não é mais que obrigação do fornecedor (FELICIO, 1998).

Note-se que o avanço tecnológico na indústria de alimentos e em tantos outros setores de bens de consumo, deve-se, em grande parte, ao vertiginoso aumento nas vendas em supermercados, que torna obrigatório o desenvolvimento de produtos de melhor qualidade percebida, que alguns preferem chamar de qualidade exigida (SARANTÓPOULOS & GUEDES, 1995). A qualidade exigida depende das pessoas, do produto e da situação, evoluindo com as mudanças pessoais (experiência com o produto, idade, educação) e sociais (novos valores disseminados pela mídia) com o passar do tempo (ISSANCHOU, 1996). A esse respeito é interessante observar a evolução e o crescimento do mercado de carne de frango, com e sem osso, temperada, empanada e em diferentes tipos de embalagem.

Neste mercado, a variedade de opções e a praticidade são atributos de qualidade atrativa que vão conquistando a preferência do

consumidor e deixando para trás os produtos menos versáteis, que exigem habilidades culinárias e tempo para preparar.

Cadeia da Carne Bovina no Brasil

Atualmente, a cadeia da carne bovina no Brasil passa por transformações profundas, e muitas delas ainda não completamente percebidas por agentes dos diferentes elos. A cadeia tem como primeiro elo o produtor, que resente bastante a mudança de paradigma da pecuária nacional (extensiva, extrativista, apoiada na fertilidade natural das pastagens e, conseqüentemente, de baixo custo) para a pecuária que exige produtividade e qualidade, elevando os custos de produção por conta dos insumos e reduzindo as margens de lucro.

O segundo elo da cadeia é o do transporte, que opera com dificuldades, em virtude do sucateamento das rodovias e das ferrovias brasileiras, o que eleva os custos do frete. O terceiro elo é o de processamento e industrialização da carne bovina, cujos frigoríficos têm operado com capacidade ociosa. O quarto elo é o de transporte do frigorífico até o comércio atacadista e varejista. Na ponta da cadeia estão os supermercados e os açougues, fundamentais no processo de organização da cadeia, dada a grande interface com o consumidor.

Sob os aspectos vinculados ao consumidor, Ferreira & Padula (2002) sugerem que, para satisfazer as necessidades que os consumidores buscam nos produtos é essencial haver um relacionamento mais estreito entre os agentes da cadeia produtiva, pois não é possível obter matéria-prima diferenciada e ter uma rastreabilidade de um produto final sem haver coordenação da cadeia.

A falta de integração e de coordenação dos elos da cadeia têm interferido no seu desempenho, sendo

que a ausência de contratos que regulem a comercialização tem causado prejuízos, impedindo a adoção de novas tecnologias e reduzindo a competitividade do segmento em nível internacional. Assim, o horizonte de planejamento dos agentes somente ocorre em curto prazo, inviabilizando o desenvolvimento de parcerias e projetos, como as alianças mercadológicas e sistemas de rastreabilidade confiáveis (BRASIL, 2007).

Com isso, governo e o setor produtivo têm função especial: o Governo deve estimular o crescimento do produto interno bruto com estabilidade (menor inflação), equidade (distribuição de renda) e competitividade (menor tributação, menor taxa de juros, austeridade fiscal e investimentos em infra-estrutura); já o setor produtivo de carne bovina necessita avançar em termos de coordenação da cadeia, problema que deve ser resolvido em benefício da sua competitividade e do cumprimento da sua responsabilidade social.

Há a necessidade em se firmar parcerias entre pecuaristas e frigoríficos, estreitando o relacionamento entre os agentes, que podem ocorrer através de contratos, sistemas compartilhados de informações e a busca de outras ações que permitam a distribuição equilibrada dos ganhos da atividade (BRASIL, 2007).

Mercado Brasileiro da Carne Bovina

A carne bovina brasileira exportada tem mostrado considerável aumento no seu volume exportado; em 1997, o volume de exportação de carnes brasileiras era de US\$1.598.437.589, possuindo 6,8% de participação no mercado de produtos exportados. Em 2007, houve considerável ampliação para 19,3% da participação de mercado, com volume

de US\$11.294.703.060 exportados (AGROSTAT/MAPA, 2008).

Os principais importadores da carne do Brasil vem diminuindo o volume adquirido, e países como a China e a Rússia mostram-se cada vez mais presentes como compradores. Essa redução ainda é reflexo dos embargos da União Européia sobre a importação da carne bovina brasileira, ocorrido no início de 2008, prejudicando a exportação naquele ano, onde todo o volume que seria exportado teve de ser inserido no mercado interno, sem qualquer referência de rastreabilidade, o que torna necessário a busca por novos mercados em potenciais, para não se depender apenas de um mercado consumidor.

Para Tshunechiro e Nogueira Jr. (2008) a alavancagem da demanda por carnes e grãos proporcionada pela China deverá aquecer as exportações brasileiras, desenvolvendo uma motivação na manutenção dos elevados preços dos produtos.

Relatórios apresentados por AGE/MAPA (2008) demonstram que em 2016 a quantidade de carne bovina produzida será em torno de 76 milhões de toneladas, atingindo de 2007 a

2016 uma variação na produção de 14,6%, sendo o Brasil o principal exportador mundial com 2,85 milhões de toneladas exportadas, e a produção de carne bovina até 2018 terá um incremento de 2,5%.

As projeções de incremento no consumo da carne bovina no Brasil, para os anos de 2017 e 2018 conforme AGE/MAPA (2008) são em média de 2,5% por ano, ficando abaixo da taxa de crescimento anual da carne de frango, observando assim a necessidade de se produzir uma diferenciada carne de qualidade.

Com isso, as previsões realizadas mostram que o aumento de produção será muito semelhante ao aumento de consumo, porém é verificada uma considerável ampliação na exportação de carnes, com maior atenção àquelas rastreadas, pois somente são exportados os principais cortes, ficando o restante no mercado interno, que possui um valor agregado ao produto, mais elevado que uma carne considerada *commodity* e isso leva a uma maior preocupação no entendimento e na percepção do consumo de carne rastreada de qualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A eficiência da rede pecuarista brasileira depende de parcerias firmadas e investimentos, sem perder o foco na qualidade do produto final, aliados a divulgação de novas técnicas e produção e controle, visando sempre um produto diferenciado para consumidores cada vez mais exigentes.

A cadeia produtiva ainda tem muito a ser expandido, e cabe ao governo o incentivo aos produtores para que as exportações aumentem,

favorecendo o crescimento do país no setor, e desenvolvendo outros setores indiretamente ligados.

O consumidor sempre busca por uma carne de qualidade, seja por questões culturais ou sociais, e o desafio maior é descobrir quais são as exigências, para então saber o que mudar na cadeia produtiva da carne bovina, verificar os acertos e erros do setor, garantindo com qualidade um produto superior, que atenda aos padrões destes consumidores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGE/MAPA. Assessoria de Gestão Estratégica – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Projeções do Agronegócio Mundial e do Brasil 2006/07 a 2017/18. Brasília, 58 p. 2008.

AGROSTAT/MAPA. AgroStat Brasil – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Disponível em <<http://www.agrostat.agricultura.gov.br>> Acesso em 23 de julho de 2013.

BARCELLOS, M.D. “Beeflovers”: Um estudo cross-cultural sobre o comportamento de compra da carne bovina. 2007. 328 f. Tese (Doutorado em Agronegócios) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2007.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Base de Dados*. Brasília: MAPA, 2007. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 23 de julho de 2013.

FELÍCIO, P.E. de. In: Simpósio sobre Produção Intensiva de Gado de Corte, 1998, Campinas. Anais. São Paulo: Colégio Brasileiro de Nutrição Animal (CBNA), 1998, p.92-99.

FERREIRA, G.C.; PADULA, A.D. Gerenciamento de Cadeias de Suprimentos: Novas Formas de Organização na Cadeia da Carne Bovina do Rio Grande do Sul. *Revista de Administração Contemporânea*. Curitiba, v. 6, n. 2, p. 167-184, 2002.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Séries estatísticas e históricas*. Disponível em: <<http://seriesestatisticas.ibge.gov.br>>. Acesso em 22 de julho de 2013.

ISSANCHOU, S. Consumer Expectations and Perceptions of Meat

and Meat Product Quality. *MeatSci*. UK, S (Suplemento): 5-19. 1996.

LOMBARDI, M.C. Rastreabilidade: exigências sanitárias dos novos mercados. In: 3º Congresso Brasileiro de Raças Zebuínas. Uberaba. P. 90-94. 1998.

MACHADO, R.T.M.. Rastreabilidade, tecnologia da informação e coordenação de sistemas agroindustriais. 2000. 239 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo. São Paulo. 2000.

SAAB, M.S.B.L.M. Valor percebido pelo consumidor: um estudo de atributos da carne bovina. 1999. 154 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo. São Paulo, 1999.

SARANTÓPOULOS, I.A. & GUEDES, L.B.R. Implantação de QFD em uma Indústria de Alimentos – Sadia Concórdia S.A. In: CHENG, L.C. et al. 1995. *QFD – Planejamento da Qualidade*. FCO/ UFMG, Belo Horizonte-MG, 211-34. 1995.

SISBOV. Cartilha do novo Serviço de Rastreabilidade da Cadeia Produtiva de Bovinos e Bubalinos – SISBOV. Brasília: SDC/ABIEC/CNA/ACERTA, 2006.

SPERS, E.E. Mecanismo de Regulação da Qualidade e Segurança em Alimentos. 2003, 136 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração. Faculdade de Economia, Administração e

Contabilidade. Universidade de São Paulo. São Paulo. 2003.

TSUNECHIRO, A.; NOGUEIRA JR., S. Agropecuária com bom Desempenho em 2008. Análise e Indicadores do Agronegócio. São Paulo, v. 3, n. 2, p. 1-4, 2008.

USDA. United States Department of Agriculture. *Foreign Agricultural Service*. Disponível em: <<http://www.fas.usda.gov/psdonline/psdquery.aspx>> Acesso em: 20 de julho de 2013.