

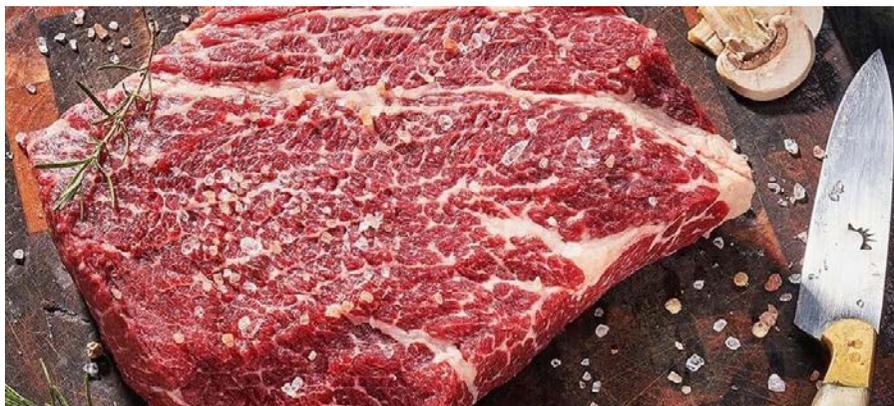
A carne bovina brasileira alcançará o mercado “gourmet”?

Guilherme Cunha Malafaia e

Gelson Luís Dias Feijó
PESQUISADORES DA EMBRAPA

A resposta imediata é sim, mas não será tão rápido assim esse processo. Neste artigo buscamos mostrar 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



Carne “gourmet”: primeiro passo é conscientizar o consumidor que ele está consumindo um produto brasileiro,

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.

Em um passado não muito distante houve um contexto de escassez. O Brasil importou até carne com suspeita de estar contaminada por radioatividade. 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 missão³.

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.

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, francês ou espanhol: a novidade exige uma forma de preparo específica que tem custo e precisa agregar valor.

MERCADO FINANCEIRO																											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>COMPRA</th> <th>VENDA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DÓLAR</td> <td>R\$ 5,17</td> </tr> <tr> <td>EURO</td> <td>R\$ 5,47</td> </tr> <tr> <td>SELIC</td> <td>13,75%</td> </tr> <tr> <td>TR</td> <td>0,0%</td> </tr> <tr> <td>OURO</td> <td>R\$ 298,88</td> </tr> <tr> <td>UFESP</td> <td>R\$ 31,97</td> </tr> <tr> <td>UFM</td> <td>R\$ 33,79</td> </tr> <tr> <td></td> <td> <table border="1"> <thead> <tr> <th>À VISTA</th> <th>30 DIAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOI GORDO</td> <td>R\$ 274,00</td> </tr> <tr> <td>MILHO (Campinas SP)</td> <td>R\$ 85,00</td> </tr> <tr> <td>SOJA (60kg)</td> <td>R\$ 167,00</td> </tr> </tbody> </table> </td> </tr> </tbody> </table>	COMPRA	VENDA	DÓLAR	R\$ 5,17	EURO	R\$ 5,47	SELIC	13,75%	TR	0,0%	OURO	R\$ 298,88	UFESP	R\$ 31,97	UFM	R\$ 33,79		<table border="1"> <thead> <tr> <th>À VISTA</th> <th>30 DIAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOI GORDO</td> <td>R\$ 274,00</td> </tr> <tr> <td>MILHO (Campinas SP)</td> <td>R\$ 85,00</td> </tr> <tr> <td>SOJA (60kg)</td> <td>R\$ 167,00</td> </tr> </tbody> </table>	À VISTA	30 DIAS	BOI GORDO	R\$ 274,00	MILHO (Campinas SP)	R\$ 85,00	SOJA (60kg)	R\$ 167,00
COMPRA	VENDA																										
DÓLAR	R\$ 5,17																										
EURO	R\$ 5,47																										
SELIC	13,75%																										
TR	0,0%																										
OURO	R\$ 298,88																										
UFESP	R\$ 31,97																										
UFM	R\$ 33,79																										
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>À VISTA</th> <th>30 DIAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOI GORDO</td> <td>R\$ 274,00</td> </tr> <tr> <td>MILHO (Campinas SP)</td> <td>R\$ 85,00</td> </tr> <tr> <td>SOJA (60kg)</td> <td>R\$ 167,00</td> </tr> </tbody> </table>	À VISTA	30 DIAS	BOI GORDO	R\$ 274,00	MILHO (Campinas SP)	R\$ 85,00	SOJA (60kg)	R\$ 167,00																		
À VISTA	30 DIAS																										
BOI GORDO	R\$ 274,00																										
MILHO (Campinas SP)	R\$ 85,00																										
SOJA (60kg)	R\$ 167,00																										