

A BOVINOCULTURA DE CORTE E A QUESTÃO DA CERTIFICAÇÃO, NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

Artigo Completo

Marlene Forest¹ (UFGD) forestnew@bol.com.br
Fernando Wosgrau² (UFGD) wosgrau@yahoo.com.br
Rafael Forest³ (UFGD) rafael_forest@hotmail.com
Bruna Lozano⁴ (UFGD) brunalozano1@hotmail.com
Ronaldo M. Gonçalves⁵ (UEMS) ronaldonews@gmail.com

Resumo:

A bovinocultura de corte é uma das principais atividades produtivas do agronegócio brasileiro, correspondente ao segundo maior rebanho efetivo do mundo. De Tal modo, essa cadeia produtiva passa por diversas adequações para atender o mercado internacional e também os consumidores internos. Diante do exposto destaca-se a questão da certificação da carne bovina como uma estratégia competitiva, considerada como processo de agregação de valor ao produto. Contudo que, a mudança comportamento consumidor frente às necessidades de informações dos produtos levam então a questão de certificados que atestam a segurança e garantia do produto, assim as certificações acabam influenciando o sistema competitivo da cadeia produtiva. Diante deste contexto, o estudo teve como objetivo discutir a bovinocultura de corte no cenário do agronegócio brasileiro em relação à certificação da carne bovina. A pesquisa caracteriza-se por um estudo descritivo de caráter qualitativo, por meio da pesquisa bibliográfica, complementado através de dados secundários. A pesquisa apontou a dificuldade de implantar mecanismo de certificação pela falta de integração da cadeia produtiva que ainda é muito presente no sistema agroindustrial da carne bovina brasileira.

Palavras-chave: Gado de corte; Certificação da carne bovina; Agronegócios.

1 Introdução

A bovinocultura de corte é um setor do agronegócio que esta em crescimento no Brasil e em outros países do mundo, de acordo com o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2013), o Brasil é dono do segundo maior rebanho efetivo do mundo, com cerca de 209 milhões de cabeças, assumindo a liderança nas exportações, desde 2004 com vendas em mais de 180 países.

No entanto, essa crescente produção exige mudanças e melhorias da produção, como utilização de novas tecnologias, estudo de mercado, certificação e qualidade do produto, conforme destacado pelo UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE – USDA (2013). Apesar do consumo de carne bovina parecer estagnada se comparada a carne de frango e a de suíno, todavia, existe a tendências pelo seu consumo de acordo com as mudanças e exigências dos consumidores em relação ao atestado de sua qualidade (BUAINAIN; BATALHA, 2007).

Buainain e Batalha (2007) ressaltam que para atender o mercado internacional e o mercado interno, a cadeia produtiva da carne bovina tem passado por adaptações para oferecer um produto com mais qualidade, informações e segurança desse alimento. Desta forma, vale destacar a questão da certificação na bovinocultura de corte que também representa uma estratégia competitiva.

Os certificados atestam a segurança e a garantia do produto, assim as certificações reformulam a maneira de como produtos e serviços atendam as necessidades dos consumidores finais. Esse procedimento influencia o sistema competitivo por demonstrar preocupação com os consumidores em virtude da anseia pela qualidade comprovada.

Neste contexto, o estudo tem como objetivo discutir a bovinocultura de corte no cenário do agronegócio brasileiro em relação à certificação da carne bovina. Esse estudo é dividido em três seções após a introdução. A primeira seção constitui a revisão bibliográfica abordando as teorias sobre agronegócios e a cadeia produtiva agroindustrial, a bovinocultura de corte no cenário do agronegócio brasileiro e a certificação da carne bovina. Na segunda seção é apresentada a metodologia do trabalho. Logo, a terceira seção trata-se dos resultados e discussões, relacionados à demanda de carne bovina no mundo e no Brasil, o comportamento dos consumidores de carne bovina Brasil e a certificação da carne bovina no Brasil, e finaliza-se com as considerações finais.

2 Revisão Bibliográfica

2.1 O agronegócio e a Cadeia produtiva agroindustrial

O termo agronegócio empregado nos estudos brasileiros é recente, isso porque anos atrás o universo de pesquisa restringia-se sobre o comportamento dos empreendimentos agropecuários primários, ou seja, dentro das unidades produtivas. Em anos mais recentes essas atividades podem ser englobadas dentro do conceito de agronegócios, o termo surgiu através de estudos dos problemas agroindustriais, e a abordagem teve origem nos Estados Unidos da América - EUA, com os trabalhos de Davis e Goldberg conceituando agribusiness e *commodity system approach* (CSA). Paralelamente a abordagem americana, a escola francesa também desenvolvia conceitos semelhantes, denominada de *Analyse de Filière* ou traduzido para o português como cadeia de produção agroindustrial (CPA), (BATALHA, 2001).

Nas abordagens americana e francesa sobre agronegócio considera a integração das atividades agrícolas que não dependem somente da atividade rural, mas sim de um processo complexo de operações e transações que envolvem as atividades deste o ambiente rural, passando por processamento da matéria, chegando as indústrias e finalmente ao consumidor final, ou seja, uma integração de toda cadeia produtiva, (BATALHA, 2001). Mas para que essas operações e transações sejam eficientes e eficazes necessitam ser gerenciadas. Devido a essa nova realidade as empresas vem trabalhando com as ferramentas inovadoras e tecnológicas para serem mais competitivas e atender os desejos e necessidades dos consumidores.

Os setores do agronegócio são representados pelas suas respectivas cadeias produtivas, sendo assim, é relevante conceituar o termo de cadeias produtivas. A cadeias produtivas ou *Filière* "é uma cadeia de produção agroindustrial que pode ser segmentada, de jusante a montante, em três macro segmentos: comercialização, industrialização e produção da matéria prima", (Batalha, 2001, p.28), esta análise parte sempre do mercado final, ou seja, do produto acabado em direção à matéria-prima base que lhe originou. A forma de uma estrutura de cadeia produtiva agroindustrial (CPA), é sempre condicionada pelas exigências do consumidor final, sendo ele o principal condutor de mudanças de todo o sistema (BATALHA, 2001).

De forma análoga Tirado et. al (2008), ressalta que todos os elos da cadeia produtiva são relevantes, mas o foco deve partir do mercado consumidor, que são aqueles que iram comprar e consequentemente consumir o produto, em seguida segue a rede de atacadistas e varejistas, a agroindústria, os produtores, e os fornecedores de insumos. De certa forma, todos os elementos mencionados compõem um sistema e estão relacionados, em um ambiente institucional e organizacional, e esses ambientes em conjunto acabam exercendo influência sobre toda a cadeia produtiva, contribuindo assim para as mudanças e transformações.

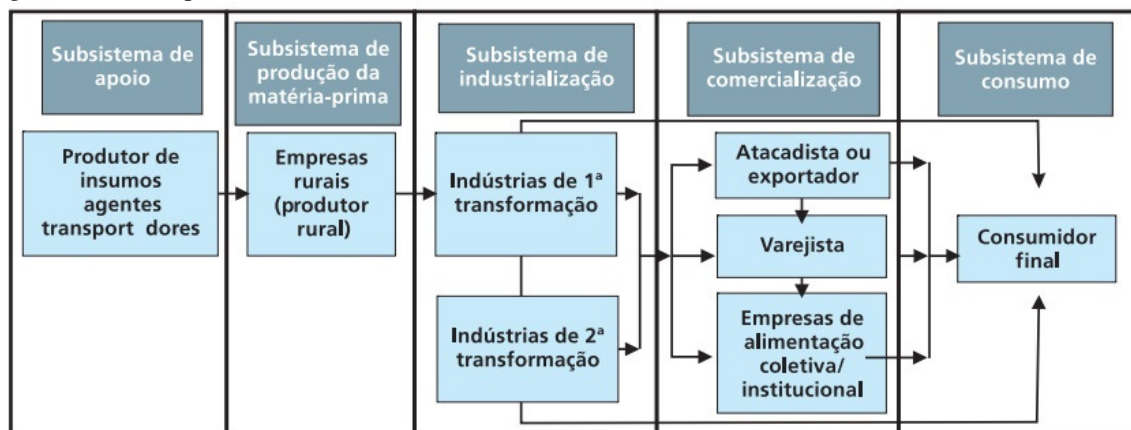
Para melhor compreender a dinâmica do funcionamento da CPA, é necessário entender o relacionamento entre os elos do sistema e suas diferentes características, tais como: mercado entre os produtores de insumos e os produtores rurais, mercado entre produtores rurais e agroindústrias, mercado entre agroindústrias e distribuidores e, mercado entre distribuidores e consumidores finais (BATALHA, 2001).

Desta maneira é possível transpor o escopo conceitual da CPA sobre a cadeia de carne bovina de corte brasileira e relacionar as funcionalidades entre os elos, bem como, verificar se a mesma é conduzida de montante a jusante, ou seja, baseada na participação do consumidor no processo de mudança em vista das novas exigências desse mercado.

2.2 A bovinocultura de corte no cenário do agronegócio brasileiro

A cadeia de carne bovina no Brasil, ocupa uma posição de destaque na economia, em relação a geração de rendas e empregos para a sociedade, por ser formada por um conjunto de agentes em elo que compõem toda a cadeia. A Figura 01 demonstra a divisão da cadeia produtiva de carne bovina, sua estrutura e processos entre os elos dessa cadeia segundo a descrição de Buainain e Batalha (2007).

Figura 01: Cadeia produtiva de carne bovina



Fonte: Buainain e Batalha, 2007.

De forma mais sintética, o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA, 2011) divide a cadeia de carne bovina de corte, nos seguintes estágios: O primeiro de insumos, o segundo de produção do animal, o terceiro a indústria de processamento e por fim, os serviços. Salienta-se que em relação a produção do animal essa pode ser feita de maneira vertical ou horizontal, sendo que na forma vertical de produção, uma mesma propriedade tem as atividades de cria, recria e engorda, já na forma horizontal, cada uma

dessas etapas é feita em uma propriedade diferente; essas formas de produção podem ser encontradas em diferentes partes do país, variando de acordo com a região ou estado.

Sobre a produtividade da bovinocultura, o CEPEA (2011), destaca que a produtividade nas fazendas são reflexos do aumento da rentabilidade por hectare, aliados ao excelente nível sanitário, manejo e desenvolvimento de pesquisa genética, e isso tem dado arcabouço para o desenvolvimento de novas tecnologias, novas exigências, estratégias mercadológicas e diferenciação de produtos, para que assim, possam se manter no mercado.

Segundo os dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, (MAPA, 2013), a bovinocultura de corte é destaque para a economia do país, sendo considerado o quinto produto mais exportado do agronegócio desde 2004. Apesar disso, o Brasil tem seu maior consumidor o mercado interno, em 2012, o consumo per capita de carnes correspondia 37,4 kg/ano.

Com esse consumo interno de carne bovina o Brasil se configura como um dos maiores consumidores mundiais per capita desse tipo de carne, porém, a carne mais consumida no país, segundo o MAPA (2013) ainda é a carne de frango com consumo per capita de 43,9 Kg/ano, e o consumo de carne suína de 14,1 kg/ano por pessoa.

Esses dados sobre consumo de carne podem ser atribuídos às mudanças de comportamento do consumidor, que preferem produtos com mais facilidade e agilidade no preparo, e ainda, por causa da falta de agregação de valor e diferenciação do produto os consumidores também tendem a ver a carne bovina como uma carne “menos saudável e de mais difícil digestão” que a de frango, pois essa última chamada de carnes brancas, tem uma melhor imagem junto aos consumidores do que as carnes vermelhas (MAPA,2013).

Esses aspectos de mercado atual demandam novas tendências, sendo assim, o consumidor está cada vez mais informado e exigente, ele irá comprar produtos ou serviços que além de satisfazer suas necessidades, tragam algum valor agregado, fica evidente então que as empresas agroalimentares devem focar em produzir produtos com agregação de valor para atrair esses consumidores.

Batalha e Silva (2001), discorrem sobre as estratégias de mercado no contexto do agronegócio, para esses autores, para se ter eficácia junto ao consumidor deve-se considerar: as características da demanda, comportamento do consumidor, onde nesse inclui fatores psicológicos, a importância de transformações de produtos de origem agropecuária, preocupação com a saúde, etc. Então, “parte-se do princípio de que o consumidor é o elemento dinamizador das cadeias agroindustriais modernas”, (BATALHA E SILVA, 2001 - p.129).

No entanto, a cadeia de carne bovina no Brasil precisa vencer alguns obstáculos para poder atender essa demanda e agregar valor ao seu produto Buainain e Batalha, (2007) destacam como desafios para melhorar a competitividade dessa cadeia precisam aperfeiçoar a coordenação da cadeia agroindustrial, desde a produção dentro da porteira até ao varejo, pois é esse último que irá distribuir diretamente o produto para o consumidor final, mas todos os elos da cadeia produtiva deverão estar atentos as necessidades e desejos dos consumidores.

Entretanto, é salientado por que os desafios para que haja uma coordenação está relacionado a assimetria de informação dentro da cadeia produtiva da carne bovina dificultando o trabalho nas questões relacionadas a diferenciação do produto, as barreiras sanitárias, padrão de qualidade e certificação do produto.

Uma das formas de se obter um maior envolvimento dos elos que compõem a cadeia produtiva da carne bovina é através da certificação do produto, garantindo qualidade e

sanidade dos produtos (PEREIRA e GUEDES, 2004). Desta forma, o tópico seguinte trata da certificação da carne bovina.

2.3 Certificação da carne bovina

No entanto para atender o mercado internacional e também o consumidor doméstico a cadeia produtiva de carne bovina no Brasil esta passando por diversas adaptações, para atender esse mercado cada vez mais exigente, principalmente em se tratando de segurança alimentar, mesmo essas adaptações gerando maiores custos, mas se tratando de informações dos alimentos tais mudanças são necessárias, pois os consumidores têm direito em obter informações sobre o produto que esta comprando. Diante disso a certificação é entendida como sendo uma garantia de que o produto tem qualidade e segue as normas estabelecidas para segurança alimentar (LORENZONI e MERTZ, 2010).

Segundo Conceição e Barros (2005), a atividade agrícola em âmbito mundial tem como fator decisivo para sua promoção e expansão, a questão da segurança alimentar. Onde é possível encontrar várias barreiras técnicas ao comércio internacional para justificar a conformidade e qualidade dos alimentos. Para sanar esses problemas são utilizadas várias estratégias com o intuito de estruturar os padrões de qualidade. Uma das estratégias é a utilização de certificação dos produtos alimentares, que já pode ser considerado como uma ferramenta de mercado no segmento agroalimentar em vários países principalmente nos desenvolvidos.

O novo padrão de concorrência deixa de levar em consideração apenas o foco em custos baixos, mesmo ainda sendo necessário, mas começam a atentar-se para critérios de segurança alimentar, com boas praticas agrícolas, rastreamento do produto, e certificação do produto, sendo estas ferramentas indispensáveis para a participação no mercado internacional, (CONCEIÇÃO e BARROS,2005)

A certificação por sua vez tem o papel de assegurar e atender as exigências dos sistemas de rastreabilidade, qualidade e sanidade dos produtos, tanto no mercado interno quanto para o mercado externo, fazendo com que todos os envolvidos na cadeia produtiva tenham credibilidade, onde seus produtos apresentem qualidade e segurança, obtendo assim um produto com maior valor agregado, (PEREIRA e GUEDES, 2004).

Por isso atualmente menciona-se a questão da necessidade de certificação da carne bovina para garantia da qualidade do produto. Portanto a certificação deve garantir também para as empresas o nível de qualidade dos produtos, e informando aos consumidores que esse produto que tem a certificação atende os requisitos preestabelecido de qualidade e segurança do processo de produção. Sendo assim a certificação também tende a garantir certa credibilidade para toda a cadeia produtiva, (HOLOWKA. et. al, 2010).

Mas para obter a certificação é importante mencionar que é necessário fatores como, normas, órgãos credenciadores que podem ser públicos ou privados. As empresas tanto privadas ou publicas, as nacionais ou internacionais, para garantir a certificação dos produtos, elas exigem alguns atributos para garantir a qualidade e segurança da carne bovina, analisando os sistemas de padronização e rastreabilidade do animal, sendo que as maiores certificadoras são: A Cugnier Certificadora; OIA (Organización Internacional Agropecuaria); ABIEC (Associação Brasileira da Industrial Exportadora de Carne); SISBOV; IBD (Instituto Biodinâmico); EUREPGAP, (HOLOWKA. et. al, 2010).

Sendo que as empresas certificadoras podem exigir outros atributos para certificarem o produto, como por exemplo: a comprovação de vacinas e boa saúde do animal, medidas para reduzir a emissão de carbono, os frigoríficos e os demais elos da cadeia produtiva também são submetidos a auditoria. E para o produtor receber a certificação para o seu rebanho são analisados vários fatores em sua propriedade tais como ambientais, sociais e sanitários. Sendo assim todos os agentes da cadeia produtiva são analisados para não comprometerem o produto final. (HOLLOWKA. et. al, 2010).

A partir disso tem se uma discussão sobre a obrigatoriedade ou não da certificação, pois a certificação de produtos pode ser analisada através de dois pontos, nos quais o primeiro se dá pelas exigências dos consumidores internacionais e por outro é a competitividade do mercado de carne através de criação de valor com diferenciação para o produto, (CONCEIÇÃO e BARROS,2005).

Essa discussão então parte de que sendo um assunto complexo gerando custos econômicos, mas também vantagem tanto para consumidores e fornecedores abre-se a questão de que a o processo de certificação deveria ser obrigatória ou voluntária, e qual a intervenção pública? (CONCEIÇÃO e BARROS,2005).

Sabe-se que há varias empresas que utilizam mecanismos de certificação voluntária principalmente nos EUA e Europa, e também no Brasil, atualmente as empresas veem a certificação como uma maneira de agregar valor ao produto, adicionando informações sobre estes a ponto de gerar mais vendas e consequentemente maximizar seus lucros. Para os consumidores as certificações são vistas como diferenciação dos produtos, sendo eles vistos com mais qualidades e, isso acaba direcionando suas escolhas, (CONCEIÇÃO e BARROS,2005).

Porém estes mecanismos de certificações que tem como finalidade assegurar a conformidade do processo produtivo, apontar as informações relevantes do produto, destacando que todo o produto certificados segue as normas técnicas estabelecidas assegurando a qualidade e o produto, devem ser realizados uma auditoria que não parte nem do produtor nem do consumidor e sim um órgão que fiscalize (CONCEIÇÃO e BARROS,2005), pois varias certificações voluntarias e sem fiscalização de órgãos competentes também não garantem a qualidade do produto, pois certificação do produto é um assunto complexo que deve ser analisado e também fiscalizado por órgãos governamentais, dando assim suporte para o consumidor que confia no selo.

3 Metodologia

Para alcançar o objetivo da pesquisa que é discutir a bovinocultura de corte no cenário do agronegócio brasileiro com relação à certificação da carne bovina. A pesquisa caracteriza-se por um estudo descritivo de caráter qualitativo, por meio da pesquisa bibliográfica, complementado através de dados secundários.

Segundo Cerro, Bervian e Silva (2007) a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses, buscando através destes, conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema.

A escolha pela pesquisa descritiva neste estudo se deu, pelo fato de ser um método de descrever ou apresentar as características de determinada população ou fenômeno, ou até mesmo, o estabelecimento de relações entre variáveis, sendo este, de acordo com Gil (2002) o objetivo primordial desse método de pesquisa.

Em relação à abordagem do problema, a técnica de pesquisa será através da coleta de dados secundários, cuja metodologia consiste em buscar informações já existentes em diversas fontes, como United States Department of Agriculture (USDA), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA), Associação Brasileira das indústrias exportadoras de carne (ABIEC), disponíveis na internet. Através das informações desses sites será possível analisar as transformações que vem ocorrendo na bovinocultura de corte e as mudanças de comportamento do consumidor que estão levando a discussão e implementação de certificação da carne bovina.

4 Resultados e discussão

Os pontos que serão discutidos nessa seção tem como intuito alcançar o objetivo proposto do estudo, sendo assim, parte-se primeiramente da abordagem sobre a demanda de carne bovina no mundo e no Brasil, logo em seguida enfatiza-se sobre o comportamento dos consumidores de carne bovina no Brasil e suas mudanças de preferências, e para finalizar relata-se sobre a certificação da carne bovina no Brasil.

4.1 Demanda de carne bovina no mundo e no Brasil

Primeiramente é relevante destacar o crescimento acentuado das produções dos maiores produtores de carne bovina, com exceções de alguns países como demonstra na Tabela 01, mas no caso do Brasil tem se um crescimento constante desde 2009 a 2012 sendo considerado o segundo maior produtor da bovinocultura de corte.

Tabela 01: Produção de carne bovina – 1.000 toneladas métricas

	2009	2010	2011	2012
EUA	11,891	12,046	11,988	11,855
Brasil	8,935	9,115	9,030	9,307
EU-27	7,913	8,048	8,057	7,765
China	5,764	5,600	5,550	5,540
India	2,514	2,842	3,244	3,460
Argentina	3,380	2,620	2,530	2,620
Austrália	2,106	2,129	2,129	2,152
México	1,705	1,745	1,804	1,820
Paquistão	1,441	1,470	1,435	1,400
Rússia	1,460	1,435	1,360	1,380
Canada	1,252	1,273	1,154	1,075
Outros	8,819	8,980	8,777	8,883
TOTAL	57,180	57,303	57,058	57,257

Fonte: Elaborado a partir de USDA (2013).

Assim como o Brasil é considerado o segundo maior produtor, ele também se destaca como maior exportador de carne bovina, tendo o aumento considerado em suas exportações desde 2009, acompanhado pela Índia que vem participando ativamente no mercado e pela

Austrália que desde 2009 faz frente competitiva com o Brasil. O país apenas teve um leve declínio em 2011, devido que no final desse período ocorreu uma grande queda no volume de exportações por causa das sanções internacionais sofridas pela Irã, onde acabou refletindo nas exportações brasileiras.

Podem ser observados na Tabela 02, os países que o Brasil mais exporta a carne bovina, sendo que da sua produção em 2012, 18% foram destinadas para exportação, com destaque para seus maiores mercados compradores a Rússia e Hong Kong, não deixando de mencionar também o conjunto dos países do Oriente Médio (Egito, Irã, Arábia Saudita, Líbia, Líbano e Israel) e posteriormente o mercado europeu.

Tabela 02: Os quinze maiores Importadores de carne bovina brasileiras de 2012.

	US\$ (000)	Ton	US \$/Ton
Russia	1,102.703	261,722	4,213
Hong Kong	821,3	221,304	3,711
Egito	551,27	139,623	3,948
Venezuela	448,193	87,199	5,140
Chile	390,726	67,804	5,763
Irã	320,339	67,018	4,780
Italia	219,646	29,924	7,340
UK	201,434	36,573	5,508
EUA	190,291	18,812	10,115
Holanda	175,883	21,244	8,279
Arabia Saudita	163,191	35,692	4,572
Libia	78,745	18,834	4,181
Libano	77,531	14,305	5,420
Israel	77,476	15,248	5,081
China	74,197	17,028	4,358

Fonte: ABIEC Elaborada a partir de: SECEX/MDIC

Segundo a ABIEC do total exportado em 2012, está dividida em: (a) carne in natura, sendo que 27% é destinado a Rússia, 14% Egito, 11% Hong Kong e 49% outros; (b) carne industrializada, como mercado principal a União Européia representando 49%, os Estados Unidos com 16% e outros 35%; e (c) miúdos e outros, dos quais o Hong Kong fica com maior parcela, correspondente a 64%, em seguida Angola, com 4%, e os demais destinos somam 35%. Sendo que o destino da produção para esses países requer regras para aceitação do produto, e um deles é a certificação do produto, principalmente para os mercados da União Europeia.

No entanto, a Brasil além de ser um dos maiores exportadores de carne bovina, também tem uma grande parcela do mercado interno para atender, pois como demonstra na Tabela 03, o consumo doméstico tem-se apresentado bem acentuado deste 2009, obtendo assim um crescimento constante de consumo.

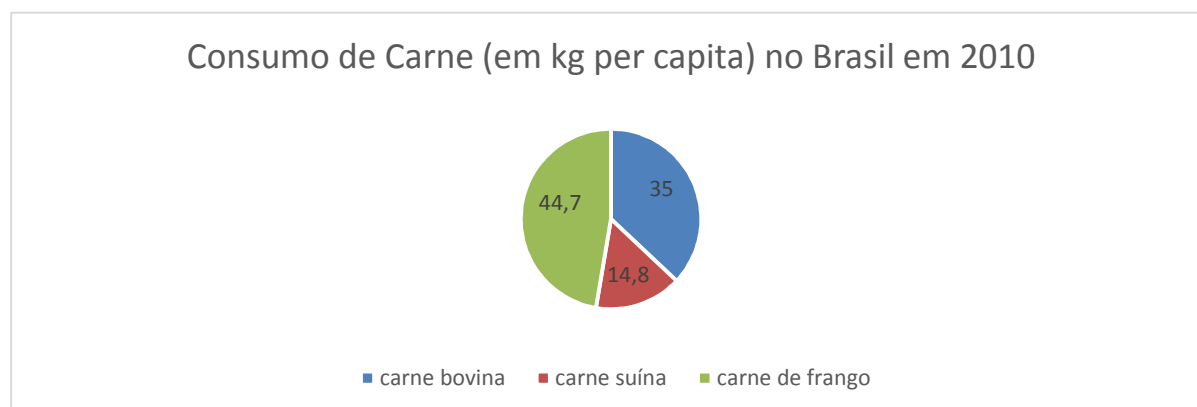
Tabela 03: Consumo interno dos principais Exportadores- - 1.000 toneladas métricas

	2009	2010	2011	2012
EUA	12,239	12,038	11,651	11,744
Brasil	7,374	7,592	7,730	7,845
EU-27	8,263	8,147	7,975	7,806
China	5,749	5,589	5,524	5,597
Argentina	2,761	2,346	2,320	2,458
Rússia	2,505	2,487	2,343	2,395
India	1,905	1,925	1,976	2,049
México	1,976	1,938	1,921	1,835
Paquistão	1,414	1,436	1,402	1,367
Japão	1,211	1,225	1,237	1,255
Canada	1,016	1,000	1,009	1,012
Outros	9,796	10,428	10,279	10,396
TOTAL	56,209	56,151	55,367	55,759

Fonte: Elaborado a partir de USDA (2013).

Sendo que o Brasil consome cerca de 82% de sua produção de carne bovina, em 2010 chegou ao consumo do complexo da carne em 94,5 Kg per capita (BEEFPOINT, 2010). A carne de frango ainda é a mais consumida pelo país, representando 44,7 kg, seguido pela carne bovina 35 kg, e posteriormente vem à carne suína com 14,8 kg, como demonstrado na Figura 02. Segundo o MAPA (2013) o consumo brasileiro para tais carnes tem a tendência de aumentar a cada ano, mas ainda assim há uma propensão para o consumo de carne frango primeiramente, seguido pela carne bovina e terceira para a carne suína.

Figura 02: Consumo de carne (kg) per capita no Brasil em 2010



Fonte: BeefPoint Elaborado a partir de Informa Economics FNP

A produção de carne bovina no país tende a aumentar, mesmo para atender esse constante crescimento do consumo interno, isso não prejudicará nas exportações brasileiras, pois o Brasil também continuará entre os maiores exportadores mundiais (MAPA, 2013).

É importante frisar que o elo norteador de toda a cadeia produtiva é o consumidor final, as mudanças de comportamentos faz com que as empresa/indústrias se preocupem em

inovar e oferecer produtos com maior qualidade, devido a isso o próximo tópico a ser discutido é a questão das mudanças de comportamento dos consumidores de carne bovina.

4.2 Comportamento dos consumidores de carne bovina no Brasil

O comportamento do consumidor de carne bovina esta em constantes mudanças, pois estão cada vez mais exigentes, possuem conhecimentos e informações. Preferem produtos com qualidade, alimentos seguros, querem obter informações da origem desse produto etc. Essas transformações são devido as questões de mudanças sociais, culturais e econômicas. Estruturas familiares menores, a mulher no mercado de trabalho, o estilo de vida, faz com que as pessoas tenham preferências por alimentos com preparos rápidos. Já na questão econômica, quanto maior renda, faz com que os consumidores de preferências a produtos de melhores qualidades. Na Tabela 04, são listados alguns dos principais atributos percebidos e valorizados pelo consumidor de carne bovina.

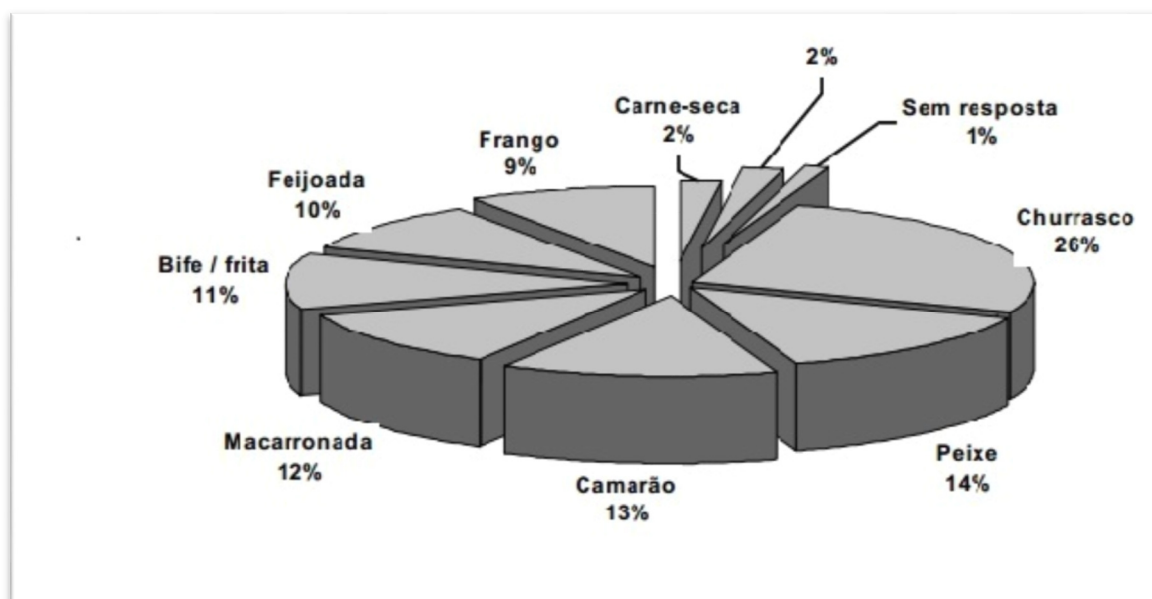
Tabela 04: Alguns dos principais atributos percebidos e valorizados pelo consumidor.

1-Maciez	Principal atributo valorizado pelo consumidor
2-Segurança alimentar:	Associada a rastreabilidade
3-Certificação de Qualidade:	Garantia de origem ou qualidade
4-Aparência do produto	Apresentação do produto e da embalagem
5-Inovação:	Lançamento de novos produtos, novas embalagens, cortes, tamanhos e quantidades adequadas ao consumidor
6-Conveniência:	Facilidade de preparo, facilidade de manuseio, disponibilidade para encontrá-lo
7-Limpeza:	Associada ao produto, às instalações de produção e distribuição, às pessoas que Manipulam o produto
8-Preço	(valor percebido pelo cliente)

Fonte: Elaborado a partir de BARCELLOS et al. (2003).

O que se observa tanto na Tabela 04 quanto na Figura 03, é que o consumidor esta cada dia mais atento às questões de qualidade, segurança e certificação do produto de carne bovina, não deixando de lado é claro os outros quesitos, mais esses três conforme a pesquisa de Barcellos et al, (2003), é o que mais se destaca. Também se pode dizer quanto à preferencia dos consumidores, tem-se uma porcentagem elevada para o consumo de carne, figura 04, considerando assim um fator importante para cada vez mais ser trabalhada questões de estratégias de marketing com diferenciação do produto, com melhorias na imagem do produto junto ao consumidor.

Figura 03: Preferencia do consumidor conforme o tipo de carne



Fonte: PINEDA et al. (2002).

Entretanto Barcellos et al (2003), para que haja um aumento no consumo de carne bovina em proporções maiores do que outros tipos de carne será necessário o desenvolvimento de estratégias de mercado, com ênfase na imagem do produto, comunicação e agregação de valor, no âmbito de promover o consumo consciente de produtos com nível de segurança e qualidade alimentar, cumprindo quatro condições básicas para iniciar uma campanha eficiente: segurança higiênico-sanitária, valor nutricional garantido, características sensoriais e certificação.

Faz-se então necessário discutir as formas de certificação da carne bovina no Brasil, como será analisado no próximo tópico.

4.3 Certificação da carne bovina no Brasil

Segundo dados levantados por Conceição e Barros; (IPEA 2005), no Brasil tem-se poucos exemplos de empresas envolvidas no processo de certificação, ou seja, certificadoras, pois um sistema de rastreabilidade e certificação depende do envolvimento de toda a cadeia produtiva, é o q fica claro ainda, é a falta de coordenação da cadeia produtiva de carne bovina, pois a diferentes padrões de certificações exigidos por diversas certificadoras, que vão desde controle de insumos na produção, outros exigem apenas a rastreabilidade do animal, até ao controle de qualidade, e este ultimo acaba sendo avaliado pelo comportamento do consumidor, que diferencia seus níveis de exigências dependendo do país ou região do próprio país, por isso não se pode ainda generalizar os padrões de certificação, vai depender de cada região produtora.

Na Tabela 05, pode-se perceber que no Brasil são poucas as certificadores e a maioria que existe esta preocupada com a comercialização internacional, onde os padrões de consumo da carne bovina são mais exigentes, e também para diferenciar seus produtos das concorrências são necessárias às certificações com informações dos produtos para os consumidores.

Tabela 05: Características das principais certificadoras

Certificadoras/ Selos	Elo da cadeia produtiva	Características da certificação	Observações	Tipo de certificação
Grupo Carrefour	Rede de Varejo	Controles de insumos utilizados, práticas de manejo, padrão de acabamento dos animais.	Os pecuaristas não recebem valores acima do mercado por seu produto, mesmo que tenham seguido os procedimentos exigidos pelo padrão Carrefour.	Certificação voluntária.
Frigorífico Marfrig	Industria	Grupo de produtores para receber o credenciamento do selo Eurep Gap. O frigorífico Marfrig partiu do princípio da divisão de risco entre a empresa e os pecuaristas.	Num primeiro momento, o frigorífico comprometeu-se a pagar para os pecuaristas a certificação feita pela Eurep Gap.	Certificação voluntária.
Certificação de Origem Bovina e Bubalina (Sisbov).	O sistema criado pelo setor público brasileiro tem caráter mandatório.	Cada animal do rebanho recebe um brinco que contém seu número de série. Essa numeração deve acompanhar o animal até o abate.	Elevou, consideravelmente, o monitoramento do rebanho a ser exportado.	Certificação de caráter mandatório.
“Nelore natural”, “Boi verde”, “Boi de capim.	Associação de Produtores	Procuram criar a diferenciação do animal produzido a pasto, aproveitando as condições naturais favoráveis existentes no país.	Essas associações não constituem uma certificadora estruturada, mas representam um passo na criação de um selo.	Selo voluntário.

Fonte: Elaborado a partir de Conceição e Barros; (2005).

Nota-se que ainda encontra-se mais a certificação voluntária como é o caso do grupo Carrefour e da Marfrig, o e outros que ainda esta pleiteando uma certificadora estruturada como é o caso de alguns produtores que estão diferenciando sue produto, e aderiram ao selo para diferenciação como o caso no nelore natural, Boi Verde e Boi de Capim. Já a certificação mandatória como é o caso do SISBOV, ainda encontra-se com varias deficiências, para controle e até mesmo adesão dos produtores, frigoríficos etc., isso pelo fato do não incentivo econômico por parte do governo, onde certificar o produto gera custos elevados, e em um país onde ainda reina a informalidade no sistema agroindustrial da carne bovina, fica mais complicado convencer os agentes em aderir mecanismos de processo de certificação.

Pois segundo Zuin e Queiroz (2006), a informalidade ainda é muito presente no sistema agroindustrial da carne bovina brasileira, o que acaba impedindo que o sistema de certificação e rastreabilidade SISBOV realmente funcionem, principalmente no mercado interno, onde a carne commodity corresponde 96% do consumo interno. Ficando evidentes na maioria das vezes as condições insuficientes de legalização e fiscalização de abatedouros/ frigoríficos.

5 Considerações finais

O objetivo desse estudo foi discutir a bovinocultura de corte no cenário do agronegócio brasileiro com relação à certificação da carne bovina. Para melhor compreensão do assunto abordado foi necessário um levantamento teórico, iniciando a discussão sobre os conceitos de agronegócios, cadeias produtivas, a cadeia produtiva da carne bovina, certificação da carne bovina. Através das análises das teorias e dos dados secundários levantados, a bovinocultura de corte tem demonstrando ser competitivo ao longo dos anos com suas transformações positivas resultando em crescimento da produção e comercialização.

Pois a bovinocultura de corte representa para o cenário do agronegócio brasileiro um produto bastante participativo e relevante para o contexto econômico do país, com demonstração das informações dos órgãos competentes, onde apresenta a bovinocultura de corte como um dos principais produtos de exportação e com grande consumo interno, apesar de perder ainda para outros tipos de carne.

Porém ainda apresenta vários obstáculos para aumentar sua participação e ser mais competitiva tanto no mercado interno quanto externo, principalmente pela falta de coordenação da sua cadeia produtiva, onde existe ainda na maioria a falta de cooperação, para melhorar a produção, manejo, industrialização e venda do produto com valor agregado, apresentando diferenciação para o consumidor que está cada vez mais exigente devido a vários fatores, e um deles é a questão da mudança de comportamento que leva a outras preferências etc.

Diante desse novo contexto, onde a questão é elevar a competitividade do setor de bovinocultura de corte, será também necessário haver maior coordenação da cadeia produtiva para alcançar eficiência e eficácia, atendendo tanto o mercado externo quanto o mercado interno. Sabe-se que a certificação do produto é um assunto complexo, pois envolve custos elevados, mas também como foi mencionado traz benefícios tanto em questão de vendas dos produtos como benefícios para os consumidores com informações sobre o produto.

A certificação da carne bovina proporciona uma vantagem competitiva para a cadeia produtiva, deixando de ser apenas um produto de commodities, agregando valor a carne, para que assim possa atender as exigências dos consumidores exigentes. Buscar a certificação do produto é atender a esse “novo” consumidor, que passa por mudanças de comportamento.

Portanto, pode-se dizer que as mudanças de comportamento do consumidor de carne bovina está fazendo com que o setor comece a articular e gerenciar a questão de certificação da carne bovina, tanto com certificações voluntárias como mandatórias, atendendo assim o elo chave que movimenta toda a cadeia produtiva, deste a jusante a montante, que é o consumidor final. Porém o que se observa é a falta de integração da cadeia produtiva que ainda é muito presente no sistema agroindustrial da carne bovina brasileira, o que acaba impedindo que o mecanismo de certificação realmente funcione principalmente o mercado interno, pois o sistema de certificação da carne bovina é considerado um dos grandes desafios, pois sua

implementação exige eficácia no gerenciamento de informações e de forma integrada com todos os elos da cadeia produtiva.

Como sugestão para futuros estudos pode-se abordar uma pesquisa sobre quais os seriam as estratégias para melhorar a falta de coordenação da cadeia produtiva da carne bovina; pesquisar com os agentes da cadeia produtiva como eles veem a questão de certificação, se isso será apenas para alguns nichos de mercado ou uma tendência.

Referências

BARCELLOS, J. O. J. SUÑE, Y. B. P. SEMMELMANN, C. A bovinocultura de corte frente à agriculturização no sul do Brasil. *Ciclo de atualização em medicina veterinária*, 11, 13-30, 2004.

BARCELLOS, J. O. J. SUNE, Y. B. P. CHRISTOFARI, L. F. et al. A pecuária de corte no Brasil: Uma abordagem sistêmica da produção a diferenciação de produtos. P.25, 2003. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br/sitefee/download/jornadas/2/e13-03.pdf>>. Acesso em 04 de Jun. 2013.

BATALHA, M.O. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: Definições e correntes metodológicas. *Gestão Agroindustrial: GEPAI: Grupo de Estudos e Pesquisas* 2. Ed. São Paulo: Atlas 2001.

BATALHA, M. O. SILVA, A.L. Marketing Estratégico aplicado ao Agronegócio. IN: BATALHA, M. O. (Org.). *Gestão agroindustrial*. 2. ed. São Paulo: 2001.

BEEFPOINT. Consumo brasileiro de carnes 2010. Disponível em: <http://www.beefpoint.com.br/cadeia-produtiva/giro-do-boi/brasileiro-consome-em-media-35kg-de-carne-bovina-69186/> - Acesso em 07/07/2013.

BUAINAIN. A. M. BATALHA, M. O. (coord.). *Cadeia produtiva da carne bovina / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – Brasília: IICA: MAPA/SPA, 86.p, 2007.*

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. SILVA, R. *Metodologia Científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CEPEA. Centro de estudos avançados em economia aplicada – ESALQ/USP. Disponível em: <<http://www.cepea.esalq.usp.br/>>. Acesso em 02 de Jun. 2013.

CONCEIÇÃO. Júnia Cristina P.R da.; BARROS, Alexandre Lahóz Mendonca de.; *Certificação e Rastreabilidade no Agronegócio: Instrumentos cada vez mais necessários*. Texto n 1122. Brasília. IPEA, 2005.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.

HOLOWKA, H.; KORCZOVEI, I.; LIMA, J.F.; TOSONI, L.A.; TRENTIN, L.S. - A padronização, rastreabilidade e certificação: parâmetros para a obtenção de uma melhor qualidade para a carne bovina. IV Encontro de engenharia de Produção Agroindustrial. FECILCAM. Campo Mourão, 2010.

LORENZONI, S.L.G.; MERTZ, S. - *Percepção do consumidor em relação à certificação da carne bovina no varejo de Porto Alegre*. 2010.

MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/vegetal/culturas/soja>>. Acesso em 27 de Mai. de 2013.

PEREIRA, A.S.C.; GUEDES, C. Certificação da carne bovina. - Disponível em: <http://www.beefpoint.com.br/radares-tecnicos/qualidade-da-carne/certificacao-da-carne-bovina-20293/> - Acesso em 07/07/2013

PINEDA, N.R. ROCHA, J.M. Estratégias de Marketing e Alianças Mercadológicas na Cadeia Produtiva da Carne Bovina. III SIMCORTE. Universidade Federal de Viscosa. Viscosa. MG. Brasil. 2002. 14p.

TIRADO, G.; COSTA, S.J.; CARVALHO. J.M.; THOMÉ, K.M. – Cadeia produtiva da carne bovina: Um estudo dos principais fatores que influenciam as exportações. Trabalho apresentado na SOBER XLVI – Congresso da sociedade brasileira de economia, administração e sociologia rural. 2008.

USDA. United States Department of Agriculture. Disponível em: < http://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf >. Acesso em 30 de Mai. de 2013.

ZUIN, L.F.S.; QUEIROZ, T. R. (et. al); Agronegócio: gestão e inovação. – São Paulo: Saraiva, 2006.