

Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas

**O PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DA CARNE BOVINA: UM ESTUDO DE CASO
EM UMA CADEIA PRODUTIVA NA REGIÃO OESTE DO RIO GRANDE DO SUL**

**THE PROCESS OF BEEF CERTIFICATION: A CASE STUDY IN A PRODUCTION
CHAIN IN WEST REGION OF RIO GRANDE DO SUL**

Vinicius Radetzke Da Silva e Lousie Bernardi Da Silva

RESUMO

O presente trabalho apresenta um estudo de caso que objetivou identificar o processo de certificação da carne bovina em uma cadeia produtiva da carne bovina na região oeste do Rio Grande do Sul. A carne bovina é considerada uma das principais *commodities* do agronegócio mundial, tendo o Brasil como segundo maior produtor de carne bovina do mundo. Em nível regional, o Rio Grande do Sul possui o sexto maior rebanho bovino do país, destinado em sua grande parte da sua produção para o consumo interno, dentro do estado. A cadeia produtiva da carne bovina no Brasil é considerada uma das cadeias mais estruturadas e complexas do agronegócio brasileiro, neste contexto, a certificação da carne bovina surge como alternativa de fortalecer mais a cadeia produtiva, estabelecendo alguns critérios de certificação dos programas até o processo de classificação e padronização dos cortes. Além de beneficiar o consumidor, a certificação também beneficia todos os agentes da cadeia produtiva, produtor, associações e indústria frigorífica. O processo de certificação da carne bovina garante um produto com maior valor agregado, além de referenciar qualidade, procedência e garantia.

Palavras-chave: Certificação. Valor agregado. Mercado consumidor.

ABSTRACT

The present work presents a case study that aimed to identify the beef certification process in a beef production chain in the western region of Rio Grande do Sul. Beef is considered one of the main commodities in world agribusiness, with Brazil As the second largest beef producer in the world. At the regional level, Rio Grande do Sul has the sixth largest cattle herd in the country, in its great part of its production for domestic consumption, within the state. The non-Brazilian beef production chain is considered one of the most structured and complex chains of Brazilian agribusiness, in this context, a beef certification emerges as an alternative to strengthen another productive chain, returning some criteria for certification of the programs until the process of Classification and standardization of cuts. In addition to benefiting the consumer, a benefit also benefits all agents of the productive chain, producer, associations and refrigeration industry. The beef certification process guarantees a product with greater added value, besides referring quality, origin and guarantee.

Keywords: Certification. Added value. Consumer market.

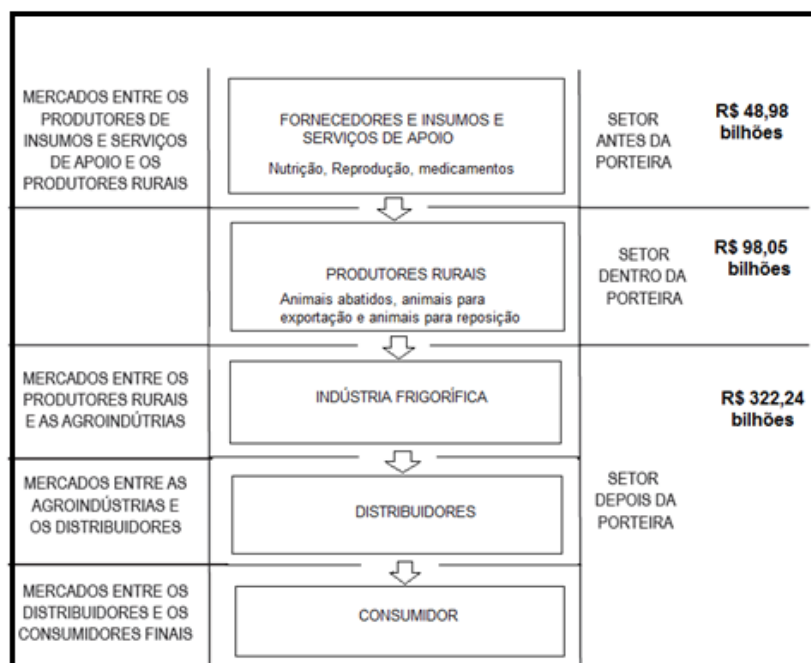
1 INTRODUÇÃO

A carne bovina é considerada uma das principais *commodities* do agronegócio mundial. No ano de 2015, de acordo com a ABIEC (2016), os Estados Unidos lidera o ranking de maior consumidor de carne bovina do mundo, com consumo estimado de 10.971,4 mil ton./carcaça, seguido do Brasil 7.681,9 mil ton./carcaça, China 6.390,9 mil ton./carcaça e Argentina 2.803,1 mil ton./carcaça. Segundo o Anuário Brasileiro da Pecuária (2015), no cenário mundial, o Estados Unidos ocupa a primeira a posição de maior produtor de carne bovina do mundo, produzindo o equivalente a 11,018 mil ton./carcaça.

No estado do Rio Grande do Sul, a pecuária é a primeira e mais antiga atividade produtiva do estado. De acordo com a ABIEC (2016), o Rio Grande do Sul possui o sexto maior efetivo bovino do país, sendo que no ano de 2015 o rebanho estimado para o estado foi de 13.875.358 cabeças. Ao longo dos anos o estado do RS manteve seu rebanho estabilizado, segundo Feix & Leusin Júnior (2015), nos últimos anos, o estado perdeu espaço na produção nacional de carne bovina para os estados das Regiões Centro-Oeste e Norte.

De modo a atender a um perfil de consumidor cada vez mais exigente, seja no Brasil ou no exterior, o Programa Setorial - Agroindústria da Carne Bovina (2013), esclarece que a cadeia produtiva da carne bovina gaúcha esta cada vez mais investindo na diferenciação de seu produto e na contínua melhoria da qualidade da carne, entrando em destaque os programas de certificação da carne bovina das associações, que visam em produzir uma carne proveniente de animais jovens, que apresentam uma carcaça uniforme. Neste contexto, o Quadro 1 abaixo, demonstra a movimentação financeira em todas as etapas da cadeia produtiva do agronegócio brasileiro.

Quadro 1. Representação da divisão da cadeia produtiva do Brasil



Fonte: Adaptado de Batalha e Silva (2001).

Desta forma, a certificação, para Lazarotto (2001), surge num mercado onde há desconfiança dos consumidores em relação à qualidade dos produtos que compram, sendo seu objetivo o de deixar o consumidor mais seguro em relação ao seu consumo.

Além de beneficiar o consumidor, a certificação da carne bovina para Martinelli et al. (2015), pode beneficiar as empresas que a utilizam, por se tratar de uma forma de agregar valor e diferenciar produtos, tendo um grande valor como estratégia de marketing. A certificação da carne bovina, para Forest et al. (2014), vem sendo uma das estratégias utilizadas para se obter um melhor desenvolvimento da cadeia produtiva, proporcionando uma vantagem competitiva dentro da cadeia, onde a carne deixa de ser apenas um produto de commodities, tornando-se um produto com valor agregado.

O processo de certificação, para Maia Filho et al. (2015), pode contribuir para as vendas e o consumo da carne bovina, pois existem consumidores dispostos a pagar mais por um produto diferenciado, contribuindo para o aumento da margem de lucro de toda a cadeia de produção da carne bovina, produtor, indústria frigorífica e varejo. O surgimento das parcerias comerciais, que formam as marcas de carne certificada, para Maia Filho et al. (2015), criou nichos de mercado onde a diferenciação do produto fez com que surgisse a promoção de programas de qualidade, com o intuito de bonificar os pecuaristas que apresentam animais jovens com melhor acabamento e gordura homogênea na carcaça, couro uniforme e sem lesões.

Segundo Martinelli et al. (2015), nos últimos anos, o mercado da carne bovina certificada está crescendo no país, impulsionado pelos programas de certificação das associações, que procuram comercializar cortes especiais e de maior valor agregado aos produtos, resultando em um produto de características únicas ou específicas em relação a produtos similares, possibilitando um melhor posicionamento da marca, inclusive do ponto de vista de fixação do preço, tendo como com o objetivo de atender um mercado consumidor disposto a consumir um produto com características específicas.

2 OBJETIVOS

A presente pesquisa teve como objetivo geral o de identificar como é o processo de certificação da carne bovina, em uma cadeia produtiva da região oeste do Rio Grande do Sul.

Com o intuito de atingir o objetivo geral, os objetivos específicos deste estudo foram:

Identificar os fatores que influenciam o processo de certificação; avaliar a participação de cada agente envolvido na cadeia produtiva, para o processo de certificação; verificar qual é a situação atual de mercado para a carne bovina certificada; quais são as perspectivas para o futuro de mercado da carne bovina certificada para os agentes da cadeia;

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa é um estudo de caso sobre o processo de certificação da carne bovina na cadeia de produção da região oeste do Grande do Sul, com a finalidade de prover conhecimento bem como de esclarecer os fatores que influenciam o processo, e a participação de cada agente neste fluxo. Um estudo de caso que segundo Serra (2006) é a apresentação de um caso real ou fictício para exercício de análise, em que o aluno realiza a aplicação da teoria vista em sala de aula com a realidade observada e verificada na empresa. Para isso, foi aplicado aos agentes envolvidos um questionário de perguntas abertas, com o intuito de identificar a percepção de cada agente envolvido na cadeia de produção da carne, bem como o processo de certificação do produto. Os agentes que participaram desse estudo, não foram identificados, diante disso, foi atribuído para identificação, na seguinte forma, seguindo a respectiva ordem: Agente 1 (Relacionado a Indústria), Agente 2 (Relacionado ao produtor) e Agente 3 (Relacionado as Associações de Raças).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seguir, serão revelados os principais resultados desta pesquisa:

A primeira pergunta trata-se do entendimento de cada agente sobre o processo de certificação da carne bovina. Para o Agente 1, a certificação é uma ferramenta que surgiu para diferenciar um produto de qualidade de um produto comum. O processo funciona desde a seleção dos animais jovens e com um bom acabamento até a apresentação na gôndola final, com um criterioso sistema de inspeção. Na opinião do Agente 2, a certificação é uma maneira de unir os elos: associações de raça, produtor e frigorífico, agregando valor a todos.

O Agente 3 comenta que a certificação da carne bovina é um implemento levado ao produtor de carne, onde os animais encaminhados ao abate levam uma vantagem financeira aos demais animais que não participam do programa de certificação de carnes. Para isso tal processo funciona através das associações, onde os técnicos que acompanham garantem o funcionamento com responsabilidade seguindo a uma padronização.

Percebe-se que a maior parte dos agentes entrevistados afirma que o processo de certificação da carne bovina é garantia de melhor qualidade do produto gerando maior renda ao produtor.

A pergunta número 2, foi questionado dos agentes sobre o que é produto com valor agregado e quais são as suas vantagens, ao ter a produção classificada para a certificação, comparada a produção comum. Para o Agente 1, um produto com valor agregado é aquele se diferencia através do modo de produção, seguindo um padrão de qualidade.

Para o Agente 2, um produto de valor agregado é aquele que devido a qualidades diferenciadas, no caso da carne bovina, apresenta melhor cor, maciez, suculência, por isso o produto é vendido a um valor superior no mercado. Considerando que a vantagens mais importantes é a qualidade e a valorização do produto.

Para o Agente 3, um produto de valor agregado, se diferencia de um produto comum pelo seu modo de produção, no caso da carne bovina, a agregação de valor se dá desde a seleção genética dos animais abatidos, para se ter melhor produção de carne.

Na pergunta 3, os agentes descrevem a sua opinião sobre a existência de mercados a serem explorados pela cadeia da carne bovina certificada e em relação a situação econômica atual do país e do mundo, quais seriam as novas oportunidades de mercado para a carne bovina certificada explorar. O Agente 1 considera que o mercado da carne bovina certificada recém encontra-se em expansão. Em relação as novas oportunidades, o mercado da carne bovina certificada está sempre buscando parcerias comerciais que valorizam um produto diferenciado. A carne certificada, para o Agente 2 ainda tem um espaço relativamente restrito até em cidades de alto poder aquisitivo. Temos muitas cidades do interior do Brasil que são carentes de carne de qualidade. Um mercado importante a ser explorado é a certificação das carnes de “segunda” para um público de renda mais baixa. Essa carne é de qualidade e mais barata e também é uma maneira de mais classes sociais terem acesso e conhecer as certificações.

Para o Agente 3, o mercado da carne bovina certificada tem muito a crescer, e isso só será possível mostrando para os consumidores o que é um produto de qualidade e independente da situação economia o mercado tende a crescer.

O mercado da carne bovina certificada tende a se expandir para isso, é necessário ir buscar novas parcerias, divulgação do produto e também ir atrás de novas ideias para se conquistar mais consumidores.

Pesquisas apontam que ainda há certa parcela da sociedade que desconhece os selos de certificação existentes no mercado. O Agente 1 desconhece a afirmação, a qual considera uma afirmação não concreta. Para o Agente 2, o marketing da carne ainda é muito focado principalmente em pessoas de alta renda e conhecedores do assunto. Um belo exemplo de como fazer uma parcela maior da população foi a parceria de marcas de carne com redes de *fast food*.

Através das redes de *fast food* as pessoas começaram a conhecer a carne certificada. É importante também ações de marketing feitas pelas associações de raças nos supermercados.

O Agente 3 possui tal conhecimento e para ele, mais de 80% da população brasileira desconhece a existência dos selos de certificação. Essa situação só será revertida a partir da divulgação do produto certificado, levando ao consumidor o conhecimento de como diferenciar um produto de qualidade de um produto comum, intensificando o marketing dos produtos certificados, principalmente da carne bovina nos supermercados, mídia, redes sociais..

A pergunta 5 questiona de que forma os segmentos da cadeia produtiva da carne bovina (Produtor, Associação, Frigorífico, entre outros.), se beneficiam com marketing da carne bovina certificada. O Agente 1 considera que o benefício do marketing para produtor é maior ganho de renda, para o frigorífico melhor credibilidade e as associações com a expansão de parcerias comerciais.

Para o Agente 2, todos os elos se beneficiam com o marketing. O produtor ganha por receber um preço superior ao seu produto de qualidade. A associação ganha por fomentar mais produtores a produzirem esse tipo de produto. Para os frigoríficos, é uma grande diferença na hora de agregar valor à carne na gôndola.

O Agente 3, considera que todos os participantes se beneficiam, todos de formas diferentes. O produtor recebe maior remuneração pela produção de qualidade. As associações ganham maior reconhecimento e a indústria frigorífica ganha maior agregação de valor, por comercializar um produto de qualidade.

Todos os agentes se beneficiam com o marketing da carne bovina certificada, o produtor através da maior remuneração, as associações com maior reconhecimento e o frigorífico com maior credibilidade e agregação de valor ao produto.

Em relação ao desenvolvimento da cadeia produtiva da carne bovina, foi perguntado para cada agente se concordavam que os programas de certificação surgiram como alternativa de fortalecer o setor e a sua justificativa. Para o Agente 1, os programas de certificação unificam mais o setor, pois surgiram como uma ferramenta para auxiliar no desenvolvimento da cadeia produtiva da carne bovina.

Para o agente 2, os programas de certificação surgiram com finalidade melhorar o retorno financeiro ao produtor e conseqüentemente incentivar a produção de melhores animais para o abate. A cadeia toda ganha, com melhores produtos e melhores remunerações.

Para o Agente 3 os programas de certificação surgiram para alavancar o setor, para difundir as raças e também para garantir ao consumidor um produto de qualidade.

Todos os agentes concordam que os programas de certificação surgiram para fortalecer o setor da carne bovina, garantindo um maior retorno financeiro para o setor e também a garantia de um produto de qualidade para o consumidor.

5 CONCLUSÃO

A partir da realização desse estudo, foi possível identificar e entender mais sobre o processo de certificação da carne bovina, que tem como principal objetivo garantir maior renda ao produtor através da produção de animais com os padrões exigidos pelos programas de certificação que são idade, padrão racial e acabamento de carcaça, apresentando ao consumidor um produto que passou por um criterioso processo de seleção e classificação final dos cortes. O processo de certificação da carne bovina não beneficia somente os consumidores, mas também todos os agentes envolvidos no setor, o principal benefício para o produtor é uma maior remuneração, para as associações é o reconhecimento das raças e para a indústria frigorífica credibilidade por parte do consumidor. Independente da situação economia atual do país e do mundo, o mercado da carne bovina certificada tende a crescer, pois o consumidor, atualmente esta bem busca de um produto que garanta qualidade e segurança alimentar, mas apesar disso,

ainda existe uma parcela da população que desconhece a existência dos selos de certificação, ou não estão dispostos a pagar um valor maior pelo produto.

Para que o mercado se mantenha em um constante crescimento é necessária à busca por novas parceiras, explorar novos mercados internos e externos, também um foco maior no marketing, levando o conhecimento sobre o que é e quais são os benefícios de se consumir um produto certificado, não só para o consumidor brasileiro, mas também para o mundo.

A certificação da carne bovina é um assunto que ainda deve ser muito discutido através estudos e pesquisas, diante disso, identificou-se com este estudo que a principal limitação encontrada foi à falta de referencial bibliográfico e poucos estudos nesta área.

6 REFERÊNCIAS

ANUÁRIO BRASILEIRO DA PECUÁRIA 2015. Editora Gazeta. Disponível em: http://www.grupogaz.com.br/tratadas/eo_edicao/22/2015/09/20150903_13cff6f6a/pdf/4902015pecuar ia.pdf. Acesso em: 28 mar2016.

ABIEC Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes. **Perfil da Pecuária no Brasil (2016).** Disponível em: http://www.newsprime.com.br/img/upload2/2016_FolderPerfil_PT.pdf. Acesso em: 02 out. 2016.

Batalha, M. O.; SILVA, A.L. da. **Gerenciamento de Sistemas Agroindustriais: Definições e Correntes Metodológicas.** In: BATALHA, Mário Otávio (Coord.) Gestão Agroindustrial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 2v. v.1.

Feix, D.R.; Leusin Júnior, S. **Painel do agronegócio no Rio Grande do Sul.** Porto Alegre: FEE, 2015. Disponível em: www.fee.rs.gov.br/relatorios/painel-do-agronegocio-no-rio-grande-do-sul-2016/. Acesso em: 08 out 2016.

Forest, M.; Wosgrau, F.; Forest, R.; Lozano, B.; Gonçalves, R.M. **A bovinocultura de corte e a questão da certificação no agronegócio brasileiro.** 2º Seminário Internacional de Integração e Desenvolvimento Regional, 07, 08, 09 de outubro de 2014, Ponta Porã, MS. Disponível em: <http://anaisonline.uems.br/index.php/ecaeco/article/view/2768/2840> .Acesso em: 08 set. 2016.

Lazzarotto, N. de Freitas. **Estudos sobre o mercado de certificações de qualidade em alimentos no Brasil.** V SEMEAD. Junho de 2011. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/5semead/PNEE/Estudo%20sobre%20o%20Mercado%20de%20certifica%E7ao.pdf>. Acesso em: 15 maio. 2016.

Maia Filho, G.H.B.; Barbosa, F.A.; Andrade Júnior, M. de C.; Maciel, I.C. de F.; Costa, P.M.; Salles, A. de P. **Mercado consumidor e a qualidade da carne bovina no Brasil.** Caderno Ciências Agrárias, V. 7, n. 1, jan. abril/ 2015. Disponível em: <https://seer.ufmg.br/index.php/ccaufmg/article/view/1204>. Acesso em: 10 out. 2016.

Martinelli, R.R.; Pigatto, G.; Machado, J.G. de Camargo. F. Certificação privada coletiva como estratégia de diferenciação de produtos agroalimentares: o caso das associações de produtores de carne bovina. Espacios. Vol. 36 (Nº 16) Año 2015. Pág.22. Disponível em: <http://www.revistaespacios.com/a15v36n16/15361622.html>. Acesso em: 06 abr. 2016.

Programa sensorial- Agroindústria da Carne Bovina. 2012/2014 - Revisão 2013. Secretaria de Desenvolvimento e Promoção de investimento – Rio Grande do Sul.

Disponível em: [http://www.sct.rs.gov.br/upload/20131101115431\[revisao_2013\]_\[espanhol\]_agroindustria___carne_bovina_\[red\].pdf](http://www.sct.rs.gov.br/upload/20131101115431[revisao_2013]_[espanhol]_agroindustria___carne_bovina_[red].pdf). Acesso em: 06 out. 2016.

Serra, F.; Vieira, P. R.S. Estudos de Caso: como redigir, como aplicar. Rio de Janeiro: LAB, 2006.