

O que estamos fazendo pela qualidade da carne bovina?

Científicos | 11 de Março de 2010

por **Fernando Furtado Velloso**
Médico Veterinário - Gerente de Operações
Associação Brasileira de Angus - Dez 2008

Antes de abordar como estamos agindo em prol da carne bovina precisamos definir quais são os principais problemas ou desafios que precisamos enfrentar. Considero que os grandes limitantes para o avanço da qualificação do produto carne bovina são:

- A classificação de carcaças com fins de pagamento ao produtor não “anda”;
- Nosso produto não tem consistência. Ora o consumidor tem boa carne para comprar, ora não.
- O consumidor não tem confiança em nosso produto, pois existe produto muito bom e muito ruim;
- É pequeno ou muito lento o desenvolvimento de novos produtos em carne vermelha (congelados, produtos com conveniência, temperados, porcionados, embalagens com mais praticidade, etc);
- Damos espaço para a substituição de nosso produto por outros: é difícil convencer alguém a comprar carne moída (guisado) a R\$12,00/ kilo contra peito de frango temperado a R\$4,00/kilo, etc. É repetitivo dizer que todo o negócio deve ser orientado pelo consumidor. Que devemos fazer aquele produto que o consumidor quer, que o consumidor é o “rei”. Porém apesar do chavão ser velho não estamos cumprindo com esta regra irrevogável do mercado. O consumidor quer carne macia e não estamos entregando este produto a ele, pelos menos no volume e frequência que ele merece. E o que a ABA está fazendo para melhorar a qualidade da carne bovina? Está trabalhando em diversas frentes e de forma contínua para alcançarmos as mudanças que buscamos. As principais frentes são:
- Programa Carne Angus Certificada: selecionamos, classificamos e identificamos devidamente o produto para entregar o que o consumidor quer: carne macia e sempre macia;
- Melhoramento Genético: estamos buscando e identificando permanentemente quais são os reprodutores que melhor desempenham no campo para o produtor e que melhor produto nos oferecem no momento do abate de seus filhos;
- Desenvolvimento do Setor e Mercado: acreditamos que é possível modernizar e desenvolver o nosso setor e que somente com o mercado fortalecido e sempre demandando nosso produto é que iremos avançar em remuneração, comercialização, qualidade do produto, etc. Vou detalhar um pouco cada item para entendermos melhor como cada frente destas pode melhorar a qualidade da carne bovina.

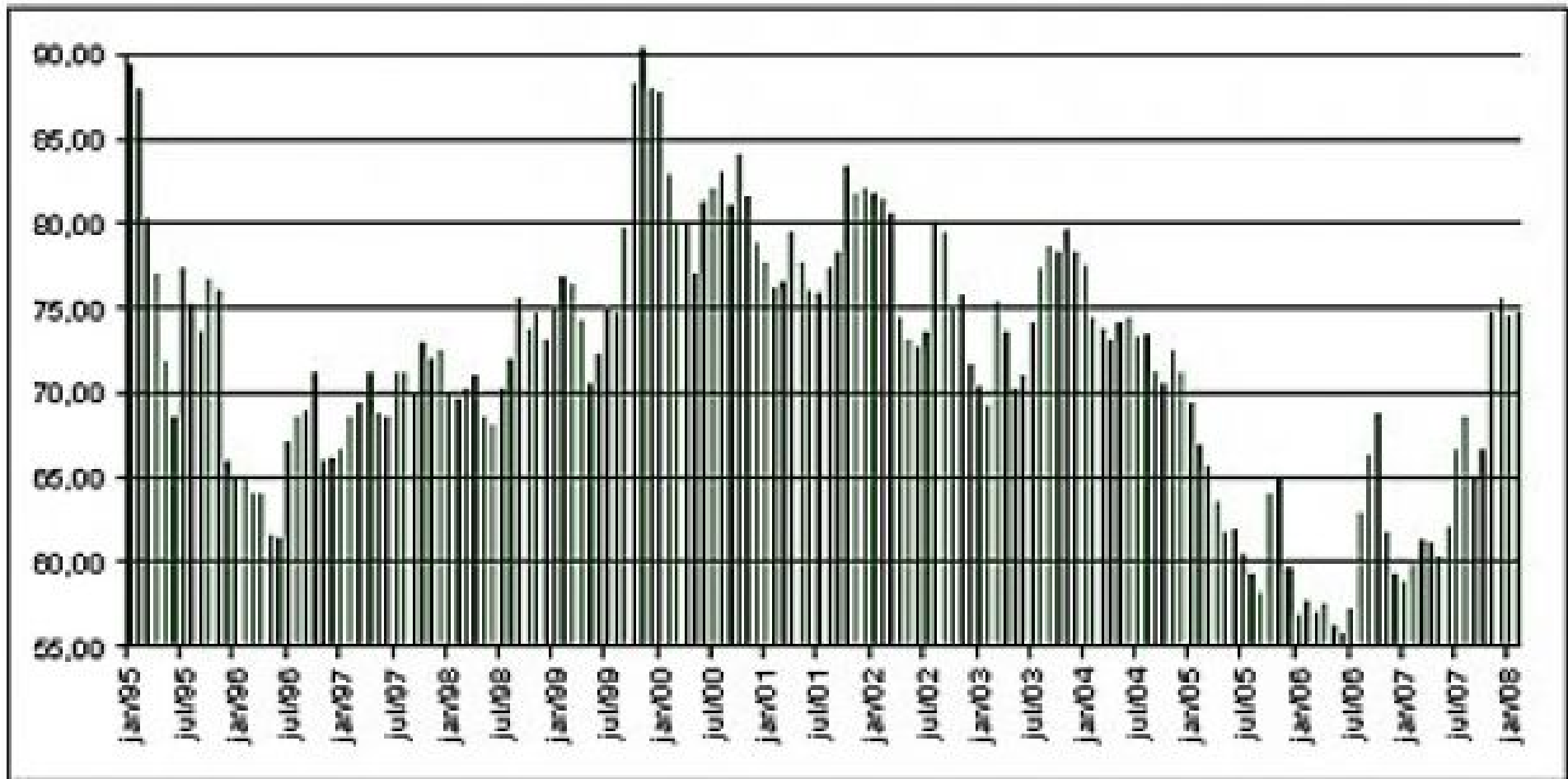
O Programa Carne Angus busca a valorização da carne de qualidade, a remuneração diferenciada ao produtor, o fornecimento ao consumidor de um produto realmente superior e aumentar os níveis de integração da cadeia produtiva. O trabalho de certificação realizado é bastante simples e classifica as carcaças para valorizar animais Angus, jovens e bem terminados. A combinação deste três fatores é a base para a garantia da qualidade do produto: genética, idade e cobertura de gordura. O simples controle destes três itens aumenta muito a padronização e consistência da carne e este processo funciona! O retorno que temos dos consumidores de carne Angus na Cia Zaffari, Restaurante Barranco e VPJ Beef é muito positivo e comprova o que diversas pesquisas já relatavam: animais Angus, jovens e bem terminados produzem carne de altíssima qualidade. O Programa Americano de Carne Angus é uma referência, pois é o mais antigo trabalho neste sentido (iniciou em 1978) e trabalhos de pesquisa mostraram que temos 1 chance em 6 de comermos carne firme (ou dura) quando degustamos uma carne padrão select e 1 chance em 50 com Carne Angus. A grande maioria dos países produtores de carne vermelha tem a base do seu rebanho com Angus ou suas cruzas: Argentina, Austrália e Estados Unidos. Recentemente o Uruguai (último reduto de resistência da raça Hereford) também tem aumentado muito a participação de Angus em seu rebanho, pois este país precisa aumentar a eficiência de sua pecuária e também acessar melhores mercados para a sua carne. Responda-me: qual país importante na produção de carne de qualidade não tem o Angus como raça líder? Mais uma pergunta: queremos ser produtores de volume ou de qualidade? Talvez o Brasil tenha mais vocação (ou falta de organização) para produzir somente volume, mas e nós, produtores diferenciados, queremos isto também? O Melhoramento Genético é indispensável para podermos competir com as “carnes alternativas”. Estamos em desvantagem e não temos tempo a perder. Observe os grandes avanços que foram realizados na seleção genética de aves e suínos. Estas espécies têm ciclos produtivos muito curtos (idades à reprodução e ao abate) e ainda foi feita uma seleção rigorosa para animais mais eficientes em crescimento e produção de carne. O bovino tem um ciclo de produção bastante longo e os trabalhos de seleção tem sido muito pouco impactantes, pois pequena parcela do rebanho é submetida a animais selecionados. Lembre que em aves falamos em número de dias ao abate e estamos ainda lutando para reduzir a idade em anos dos bovinos. Diante deste quadro a ABA tem se empenhado em trabalhar continuamente com Melhoramento Genético e algumas ações merecem destaque: valorização do Sumário de Touros, uso exclusivo de touros PC superiores em desempenho (Dupla Marca) em rebanhos registrados, Teste de Progenie Angus. Alguns plantéis merecem destaque também, pois são “poucos, mas bons” e vem avaliando continuamente os seus animais para composição de carcaça via ultrassonografia. Consulte o Sumário de Touros e você verá quais rebanhos estão realmente preocupados em produzir touros provados para qualidade de carne! Já realizamos também 3 edições do Concurso de Carcaças Angus. E apesar desta atividade parecer simplesmente uma competição a considero mais uma atividade de melhoramento genético, pois os produtores abatem os animais e visualizam quais pais estão de fato produzindo novilhos que atendam as exigências do mercado. O Desenvolvimento do Setor e Mercado é provavelmente a tarefa mais complexa e difícil, porém é a mais importante e que não devemos nos distanciar jamais. Muitos cobram que as entidades façam mais “marketing” da carne vermelha e o n f u n d e m “marketing” com propaganda. O desenvolvimento de mercado, o fortalecimento da demanda e do valor de nosso produto é o verdadeiro “marketing” de devemos fazer. O ciclo pecuário tem trazido efeitos muito nocivos para o desenvolvimento de nosso setor e assim vivemos há muito tempo num contínuo avanço e regredir. No período de 2003 a 2006 vivemos um período de baixa do ciclo e de mercado muito ruim (baixos preços ao produtor), porém de aparentes avanços para o setor da carne bovina: venda de gado gordo mediante classificação de carcaças, planejamento do fornecimento de animais para abate (a famosa planilha), o interesse dos produtores pelo entendimento das exigências do mercado, a maior presença dos produtores nos abates, a formação de marcas de carnes diferenciadas, eventos e fóruns de discussões repletos de produtores (descontentes com o preço do boi, mas interessados e motivados em buscar soluções). Esta situação ocorria porque o mercado estava superofertado de gado para abate e o frigorífico “\$inalizava” claramente o tipo de gado que queria comprar (a raça, o peso, o grau de acabamento, a forma de comercialização, etc). O momento era muito difícil para o produtor e bastante “cômodo” para a indústria. De 2007 até os dias atuais a situação inverteu-se: com a redução de oferta o gado passou por um período de grande valorização, retrocedemos nas formas de comercialização e voltamos a compra a peso de fazenda, a classificação de carcaças passou para um segundo plano de importância e as bonificações por qualidade praticamente foram desconsideradas. Pode parecer bom para o produtor, mas é o desmonte de diversos avanços que vinham sendo conquistados na produção de carne bovina e na relação produtor:indústria. Este puxa e frouxa leva ao seguinte:

- Não desenvolvimento dos sistemas de classificação de carcaças e do pagamento por qualidade;
- Não desenvolvimento do produtor para melhoria do produto (carne);
- Natural encarecimento de nosso produto em momento de alta do ciclo e substituição da carne vermelha por outras proteínas de valor mais acessível;
- Não desenvolvimento de novos produtos como os porcionados, preparados, convenientes, divertidos, etc.
- Não desenvolvimento e fortalecimento da imagem da carne vermelha.

Não temos porque promover a carne em períodos de falta de produto e assim vivemos em um círculo vicioso e negativo. Como discussão final ou reflexão acredito que seja fácil notar que temos um longo caminho pela frente e muito trabalho a ser feito. Isto é ruim? Não, ou talvez seja ruim somente para os acomodados. Como tenho convicção que não somos acomodados e que sempre superamos os nossos desafios o jeito é ver o obstáculo da desorganização da cadeia da carne como uma barreira que precisamos transpor.

O Melhoramento Genético é indispensável para podermos competir com as “carnes alternativas”. Estamos em desvantagem e não temos tempo a perder

O sobe e desce do ciclo pecuário Boi gordo em R\$/@, a prazo, corrigidos pelo IGP-DI, em SP



Boi gordo em R\$/@, a prazo, corrigidos pelo IGP-DI, em SP
Foto: Divulgação/Assessoria