

PRODUÇÃO DE CARNE BOVINA E CONSUMO INTERNO BRASILEIRO

WESP-GUTERRES, Caroline¹; TEIXEIRA, José Domingos Lemos¹; ARALDI, Daniele Furian²

Palavras-Chave: Brasil. Consumo de carne. Bovinocultura.

Introdução

O Brasil está entre os principais países exportadores de carne bovina do mundo. Em 2012 foram exportados mais de um milhão de toneladas de carne bovina, o que gerou ao país receita próxima de 11 bilhões de reais. Além disso, os brasileiros estão entre os maiores consumidores de carne bovina, com consumo em torno de 37 quilos “per capita”/ano (SCHLESINGER, 2010; MAPA, 2013). O país possui cerca de 200 milhões de cabeças bovinas. No último ano, a produção de carne bovina foi estimada em 9 milhões de toneladas, sendo que 85% deste total foi destinado ao consumo interno (REDE GLOBO, 2013).

A queda dos preços das carnes no Brasil, especialmente após a década de 90, em virtude da expansão comercial da economia brasileira e do aumento da produtividade das cadeias produtoras de carne, contribuiu para o aumento no consumo desse alimento no país (CARBONARI; SILVA, 2012). Porém, o consumidor não busca apenas o melhor preço. A preocupação com a qualidade da carne consumida aumentou principalmente após a ocorrência da doença conhecida como vaca louca, em 1996, no Reino Unido. Atualmente, consumidores exigem alimentos com qualidade, além de certificados confiáveis que atestem e garantam a existência dessas características de qualidade nos alimentos adquiridos (VELHO *et al.*, 2009).

O objetivo desta revisão de literatura foi fornecer um panorama com relação à produtividade e consumo de carne no Brasil, evidenciando o fato de que o país tem condições plenas de suprir a demanda interna por este alimento e exportar a produção excedente, mantendo a qualidade e a sustentabilidade e enquadrando-se às normas de cada país comprador.

¹ Acadêmicos do Curso de Agronomia, UNICRUZ. carowesp@yahoo.com.br; domingoslemos@ig.com.br.

² Orientadora. Zootecnista. Msc. Professora do Curso de Agronomia, UNICRUZ. Disciplina Bovinocultura de Corte II. daniellearaldi@hotmail.com.

Carne – construída com qualidade

Os maiores mercados importadores são Estados Unidos, Japão, França, Itália e Alemanha, tanto de carne *in natura*, quanto industrializada. O mercado mundial de carne está em crescimento, com China, Índia, Sudeste Asiático e América Latina em crescente expansão de demanda. Em 2012, Rússia (18%), Egito (14%), Venezuela (12%), Hong Kong (9%), Irã (8%), Chile (8%), China (4%), Itália (3%), Líbia (3%) e Arábia Saudita (2%) responderam por 82% das exportações de carne bovina *in natura* do Brasil. Nesta lista de países importadores, chamam atenção China e Líbia, pelo aumento do volume exportado em 806% e 463% respectivamente, no comparativo dos quartos trimestres 2012/2011. Desta forma, o Brasil se enquadra como forte candidato a ocupar estes espaços (NEVES *et al.*, 2010; IBGE, 2013).

O setor brasileiro de carnes está apto a competir tanto por ganhos de produtividade quanto pela abertura de novos mercados internacionais. Os avanços na genética, na sanidade, no manejo de pastagem e na nutrição, possibilitaram ganhos de produtividade à pecuária bovina brasileira superiores em até cinco vezes aos ganhos da média mundial na última década. Como resultado, em apenas 10 anos, o país aumentou em quase 40% a oferta de carne bovina, enquanto a produção mundial avançou menos de 8%. Além disso, há o crescimento do consumo interno. Os níveis de consumo *per capita* da carne bovina aumentaram 2% 2009 a 2011. Do total de 8,5 milhões de toneladas de carne bovina, produzidas em 2011 e 2012, 85% foram destinados ao mercado interno (CONTINI *et al.*, 2013).

De acordo com dados do IBGE (2013), cerca de 17,10% da renda familiar dos brasileiros é destinada à alimentação, permanecendo atrás somente da habitação (29% da despesa total). Dentre os itens consumidos pelos brasileiros, o grupo “carnes” é o que mais pesa nas despesas (18,34%). Com relação à carne bovina, a classe alta tem um gasto maior com carne de primeira (3,93% contra 2,43% da mais baixa), enquanto a classe de renda mais baixa gasta um percentual maior com carne de segunda (4,47% contra 1,06% da mais alta). As maiores aquisições de carne bovina ocorrem nas regiões Sul e Norte (21,2kg em ambas) e as menores, no Nordeste e Sudeste (14,2kg em ambas), enquanto o consumo no Centro-Oeste (17,6kg) aproxima-se da média nacional (16kg). Por estado, as maiores aquisições de carne bovina são verificadas em Rondônia (27,2kg) e Rio Grande do Sul (26,1kg), e as menores, na Paraíba (10,2kg) e Ceará (11,3kg).

Nos últimos 30 anos, o brasileiro diversificou sua alimentação, reduzindo o consumo de gêneros tradicionais como arroz, feijão, batata, pão e açúcar, e aumentando, o consumo per

capita de alimentos preparados (prontos), que passou de 1,7kg para 5,4kg (IBGE, 2013). Esta tendência também foi evidenciada por Velho *et al.* (2009), ao analisar a frequência de compra de carne por consumidores na cidade de Porto Alegre. Neste estudo, 50% dos consumidores compram carne somente uma vez na semana, ou, com frequência menor, o que confirma a tendência de mudança na forma de oferecimento dos cortes pelos supermercados, que passaram a vender a carne em bandejas, e não diretamente cortadas no açougue, visando à facilidade de congelamento e armazenamento.

Isto se deve, em parte, às modificações sociais, econômicas e culturais que vêm ocorrendo no país, como a independência financeira da mulher, que passou a trabalhar fora, tendo menos tempo para o preparo das refeições. Como resultado ocorreu alterações nos hábitos e comportamentos alimentares, como o incremento do consumo alimentar fora de casa, o aumento do consumo de alimentos processados e a substituição das refeições e preparações tradicionais por lanches rápidos (SOUZA *et al.*, 2013).

Hoje, consumidores valorizam cada vez mais aspectos relacionados à segurança alimentar e maior qualidade do produto, de acordo com seus gostos e preferências (estética, valores nutricionais, aspectos ambientais, rastreabilidade, certificação, entre outros). Um dos atributos levados mais em consideração é a cor do produto, talvez, por ser mais facilmente perceptível, seguido pela maciez e pelo preço da carne. Possivelmente por a maciez ser uma das primeiras características avaliada pelo consumidor no momento da compra, 83% dos consumidores estão dispostos a pagar a mais se a carne apresentar algum tipo de certificado e garantias de sanidade (VELHO *et al.*, 2009). Dentre as mulheres, há uma atenção especial com relação à presença de gordura nas carnes, dada em decorrência da preocupação com a ingestão de grandes quantidades de calorias. Por outro lado, os homens solteiros ou que executam tarefas domésticas preocupam-se mais do que as mulheres com as características relacionadas à praticidade do produto (preparo rápido, facilidade e versatilidade de uso da carne) (SAAB, 2009).

Considerações finais

Mudanças na economia do país, como a maior estabilidade da moeda e consequente melhoria na renda, fizeram com que o consumo interno de carne, especialmente a bovina, tenha aumentado nas diferentes camadas de renda da população brasileira. O consumo de carne bovina é parte fundamental da dieta dos brasileiros, não restrito apenas a regiões

produtoras, mas também, com elevado consumo em regiões onde a produção bovina não é tradicional.

Aliado a este aumento de consumo, houve também, um aumento na produção bovina brasileira, suprindo o mercado interno, mas especialmente, consolidando-se como importante exportador de carne bovina. Diante deste cenário, torna-se fundamental a qualidade e sanidade do rebanho nacional, aliando aumento na produção, de forma sustentável. Hoje, a preferência do consumidor é por carnes certificadas e de boa qualidade, além, de cortes de preparo rápido. Quando pensamos em aumento das exportações, a qualidade da carne produzida torna-se ainda mais importante, já que muitos países, principalmente da União Européia, exigem a rastreabilidade e qualidade do produto adquirido.

Referências

CARBONARI, Thiago; SILVA, César R. L. da. Estimativa da elasticidade-renda do consumo de carnes no Brasil empregando dados em painel. **Pesquisa & debate**, São Paulo, vol. 23, n° 1, p. 154-178, 2012.

CONTINI, Elisio; PENA JÚNIOR, Marcos; VIEIRA, Pedro A.. Seca norte-americana. Preços agrícolas e implicações para o Brasil. **Revista de Política Agrícola**. Brasília, DF, vol. 22, n° 1. p. 85-97, Jan/fev/março, 2013.

IBGE. **Em 30 anos, importantes mudanças nos hábitos de consumo dos brasileiros**.

Disponível em: <http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&id_noticia=171>. Acesso em: set. 2013.

NEVES, Marcos F.; MACHADO FILHO, Cláudio P.; CARVALHO, Dirceu T. de. Redes agroalimentares & marketing da carne bovina em 2010. In: IV CONGRESSO BRASILEIRO DAS RAÇAS ZEBUINAS, 2000. Uberaba. **Anais...** Uberaba. MG. Brasil. 2000. p. 200-226. Disponível em: <http://favaneves.org/arquivos/redecarnes.pdf>. Acesso em: out. 2013.

MAPA. **Mercado interno**. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA. Disponível em:<<http://www.agricultura.gov.br/animal/mercado-interno>>.Acesso em:set.2013.

REDE GLOBO. Globo Ecologia: **Carne**. Disponível em:<<http://globo.tv.globo.com/redeglobo/globo-ecologia/v/globo-ecologia-07092013-carne-integra/2805480/>>.Acesso em:out.2013.

SCHLESINGER, Sérgio. **Onde pastar? O gado bovino no Brasil**. Rio de Janeiro: FASE, 2010. 116 p.

VELHO, João Pedro *et al.* Disposição dos consumidores porto-alegrenses à compra de carne bovina com certificação. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Viçosa, v. 38, n. 2, fev., 2009.

SAAB, M.S.B.L.M. **Valor percebido pelo consumidor - um estudo de atributos da carne bovina**. Dissertação de Mestrado - FEA/USP. Departamento de Administração, São Paulo, 1999.



SOUZA, Amanda de M. et al . Alimentos mais consumidos no Brasil: Inquérito Nacional de Alimentação 2008-2009. **Revista Saúde Pública**, São Paulo, v. 47, supl. 1, fev. 2013.