

Marcus Vinicius Pratini de Moraes, Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (Abiec)

## A carne brasileira está no ponto

Bruno Blecher  
da Redação

AQUELE cheirinho gostoso de picanha na brasa, molho vinagrete a gosto, farofa e a famosa caipirinha. Simples e irresistível, este é o cardápio que a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (Abiec) oferece aos visitantes nas feiras de alimentação pelo mundo afora. Os próximos churrascos já estão programados para o final de setembro na Rússia e, em outubro, no Salão de Alimentação de Paris (Sial).

Depois de carimbar o seu passaporte em 180 países e assumir o posto de maior exportador de carne bovina do mundo, a meta do Brasil agora é vender produtos mais sofisticados, de maior valor agregado.

“Na Itália, a nossa carne hoje é utilizada para fazer *brasciolo*, vendemos *carpaccio* pronto à Escandinávia e cortes nobres para churrasco já são encontrados nos supermercados de Paris”, diz o gaúcho Marcus Vinicius Pratini de Moraes, presidente da Abiec.

Com a experiência de quem já comandou três ministérios (Indústria e Comércio, Minas e Energia e Agricultura), Pratini de Moraes sabe que conquistar mercados mais lucrativos para a carne brasileira não é uma tarefa fácil. “Estamos assustando muita gente lá fora e sofremos muitas provocações, algumas delas absurdas”, diz o presidente da Abiec.

Qual é a saída? “Cabe ao Brasil retrucar, e se necessário fechar os seus mercados para combater o protecionismo. “Esta é a única linguagem que eles compreendem lá fora”.

**AGROANALYSIS** Cada foco de febre aftosa provoca um grande barulho lá fora. Causa problemas aos pecuaristas e aos frigoríficos brasileiros, agita os importadores e assusta os consumidores. Quando vamos finalmente resolver isso?

**MARCUS VINICIUS PRATINI DE MORAES** Fizemos grandes avanços na área sanitária, mas nos últimos anos houve uma deterioração como resultado da redução dos recursos na área, da falta de atenção dos próprios pecuaristas e também pelo fato de o Brasil ser um país continental. Temos fronteiras com vários países e estamos sujeitos a importar animais doentes, além do contrabando. É difícil evitar isso. Só com as Forças Armadas patrulhando as fronteiras, helicópteros sobrevoando as matas, lanchas da Marinha percorrendo os rios. Também é fundamental implantar gradualmente um programa de rastreabilidade. Incentivar os produtores a ter uma atitude pró-ativa no controle sanitário. Mas a minha preocupação é com o uso indevido de normas sanitárias como protecionismo. Alguns países estão utilizando a febre aftosa para bloquear o acesso do Brasil aos mercados. Nós vendemos carne para a Europa há várias décadas. E a carne que nós embarcamos para lá é desossada e maturada, com pH de 5,9 se não me falha a memória. Ora, a existência do vírus nestas condições é inviável.



“A nossa preocupação hoje não é com volume, mas com preço. Conseguimos este ano uma melhoria nos preços”

**AGROANALYSIS** Por que todo este barulho?

**PRATINI DE MORAES** O Brasil cresceu muito no mercado de carne e assustou muita gente. Como assusta em suco de laranja, em soja e outros mercados. Na verdade, nós não pegamos o mercado de praticamente ninguém. Na Europa, o que aconteceu foi uma queda na produção de carne. Nós estamos suprimindo o mercado de carne na Europa, porque eles ficaram deficitários.

**AGRONALYSIS** Devido à vaca louca?

**PRATINI DE MORAES** Não só por isso, também por causa dos elevadíssimos custos dos subsídios para manter a produção. Na Rússia também. Lá nós suprimos um mercado que sofreu uma grande redução de plantel. De 55 milhões de cabeças para 21 milhões de cabeças em 12 anos. Mas hoje há outros mercados mais importantes para nós: os países emergentes. Nesses países, a renda pessoal cresceu, e houve um grande aumento do consumo de carne. China, Rússia, Egito, Argélia, Bulgária, Arábia Saudita, Israel, Hong Kong, Romênia, Líbia, Irã, Filipinas. As nossas exportações para o Irã este ano, nos primeiros oito meses, se comparadas ao mesmo período do ano passado, cresceram 128%. Mais que dobraram. As nossas vendas para Israel cresceram 63%. Para a Líbia, 64%. Alguns são novos mercados, outros já compravam carne do Brasil em pequenas quantidades. Estamos substituindo as exportações da União Européia, que eram feitas com elevadíssimos subsídios e cujos custos Bruxelas não está mais disposta a bancar. Ainda assim, as mais altas tarifas que nós enfrentamos no mercado internacional são impostas pela União Européia. Como a nossa Cota Hilton, destinada a cortes especiais, é de apenas 5.000 toneladas na Europa, e nós vendemos para lá 230 mil toneladas de carne bovina por ano, apenas 2% de nossa exportação para a Europa pagam 20% de tarifa, 32% pagam 98,2% e 66% das nossas exportações pagam 176,7%. Ou-

tro dia eu perguntei ao Peter Mandelson, o comissário de comércio da União Européia: qual é o produto dos senhores que no Brasil paga esta tarifa?

“De cada três toneladas de carne bovina comercializada no mundo hoje, uma é brasileira”

**AGROANALYSIS** Já estamos conseguindo preços mais altos pela carne bovina?

**PRATINI DE MORAES** Cada vez mais, o Brasil vai conquistando um mercado mais sofisticado para a sua carne. O nosso objetivo hoje não é mais o de aumentar o volume das exportações. Em comparação ao ano passado, de janeiro a agosto deste ano, nós crescemos 16% em valor e 2% em volume. A nossa preocupação hoje não é com volume, mas com preço. Nós conseguimos este ano uma melhoria nos preços. Não foi suficiente para compensar a valorização do real. Mas já houve uma melhoria no preço ao produtor. O interessante é que todos os elos da cadeia ganhem dinheiro. No mês passado, eu estive em Uberaba e reuni-me com o pessoal da ABCZ, da CNA e da Nelore. Mostrei a eles o que a Abiec está fazendo para ampliar o mercado de carne bovina. Esta é a melhor maneira de sustentar a exportação, que hoje gira em torno de apenas 25% da produção.

**AGROANALYSIS** Quais são os cortes mais lucrativos?

**PRATINI DE MORAES** Vendemos coxão duro para fazer *brasciola* na Itália. Toda a *brasciola* italiana hoje praticamente é feita com carne brasileira. *Carpaccio* pronto também. Estamos vendendo *carpaccio* para a Escandinávia. Os nossos frigoríficos estão cada vez mais exportando produtos com marca. Gradualmente, estamos produzindo carnes de melhor qualidade, algumas delas pré-preparadas, prontas para assar. E uma das razões disso é o fato de estarmos conseguindo reduzir o número de intermediários na operação.

**AGROANALYSIS** O que o consumidor prefere? Uma carne mais magra ou um suculento e gorduroso bife de angus?

**PRATINI DE MORAES** Ninguém come um bom bife todos os dias. O sucesso das churrascarias brasileiras no mundo inteiro demonstra a aceitação do produto brasileiro e do nosso jeito de preparar a carne. A carne brasileira é preparada apenas com um pouco de sal grosso. As carnes australianas e americanas são servidas com molho.

**AGRONALYSIS** Há um processo de modernização das empresas brasileiras, inclusive algumas delas estão adquirindo plantas na Argentina, no Uruguai e no Paraguai.

**PRATINI DE MORAES** O maior frigorífico argentino hoje pertence a um grupo brasileiro. O segundo maior frigorífico do Uruguai foi comprado pelo Bertin. No Paraguai, há três empresas que pertencem a grupos brasileiros. Um investidor americano comprou 38% de um frigorífico do Rio Grande do Sul. Isto é bom, fortalece o setor, ajuda a modernizar a gestão. A tendência é de o Brasil ir adquirindo novas plantas nos países vizinhos, o que diversificará a nossa oferta de carne.

**AGRONALYSIS** Isto contribui para aumentar o nosso mercado lá fora?

**PRATINI DE MORAES** O Rio Grande do Sul produz uma carne muito parecida com as carnes argentina e uruguaia. E



“Hoje o mundo inteiro sabe que a aftosa é um grande instrumento para se praticar protecionismo”

o resto do Brasil produz uma carne que não é muito conhecida, mas que cada vez mais está sendo procurada. A carne do Nelore é vista hoje como a carne de capim, mais magra e saudável. Isso vai nos permitir entrar no mercado norte-americano, oferecendo um hambúrguer magro, com 25% a 30% a menos de gordura. E uma alimentação mais saudável é uma preocupação hoje nos EUA.

#### **AGRONALYSIS E na Europa?**

**PRATINI DE MORAES** A Europa come muito menos carne que os EUA. Eles consomem a metade do que nós comemos aqui. Cerca de 18 quilos *per capita* ano, enquanto no Brasil, nós comemos entre 34 e 36 quilos. O que está acontecendo na Europa é uma mudança de hábito. Eles estão fazendo cada vez mais churrasco. A carne brasileira lá está entrando na área industrial e em pratos feitos. Agora também estão crescendo cortes preparados: matéria-prima para a *braciola*, o contra-filé, a picanha. Todos esses cortes já estão nos supermercados, inclusive de Paris. Para fazer churrasco, para bife ou para assado. Há uma diversificação muito forte.

#### **AGRONALYSIS Quais são as tendências nas exportações?**

**PRATINI DE MORAES** O nosso objetivo hoje é reduzir a concentração. Nós vendemos carne em 180 mercados. Nas

últimas semanas, a carne brasileira chegou ao Casaquistão, às Ilhas Maurício e a Moçambique. Nas Ilhas Maurício, há *resorts* comprando inclusive filé *mignon* brasileiro. Para Moçambique, estamos exportando miúdos. De cada três toneladas de carne bovina comercializada no mundo hoje, uma é brasileira. Queremos conquistar também os mercados norte-americano, sul-coreano, japonês e de Taiwan. Há uma mudança no perfil do consumo. Antigamente, a maior parte da carne era vendida nos açougues. Depois, passou a ser comercializada nos supermercados. E hoje, com o grande número de pessoas que come fora de casa, houve um grande avanço dos restaurantes. Tem churrascaria por todo o canto.

#### **AGRONALYSIS Quem dita o preço da carne hoje. É o supermercado?**

**PRATINI DE MORAES** No mercado interno é o supermercado, que tem um poder de compra gigantesco. E isto provoca um achatamento de preço. Qual é a saída para o pecuarista? Eu posso dar a resposta no que diz respeito à exportação. Nós temos dois desafios: no mercado externo, precisamos melhorar o preço, aumentando o valor agregado da carne exportada, vendendo cortes mais nobres. O segundo desafio é a taxa de câmbio. Com esta taxa, nenhum segmento do agronegócio brasileiro, salvo a cana-de-açúcar e o suco de laranja, consegue sobreviver.

Isto precisa mudar. Se nós não fizermos saldo com o agronegócio, que sustenta a balança comercial, o negócio vai ficar feio. Não dá para sustentar a balança comercial só com o minério e as contas da Petrobras. A balança comercial precisa de soja, de algodão, de milho, das três carnes, frutas etc.

#### **AGRONALYSIS Quais são as perspectivas para o pecuarista brasileiro?**

**PRATINI DE MORAES** Houve um aumento enorme de produtividade na pecuária nos últimos anos. Apesar dos preços mais baixos, alguns segmentos tiveram rentabilidade. A pecuária tradicional perdeu muito. Mas já houve uma melhoria de preços. Eu espero que isso prossiga e que a taxa de câmbio melhore. Uma das consequências do achatamento dos preços foi a de estimular a produtividade e a melhoria da qualidade. Com maior produtividade, mais qualidade, rastreabilidade e padronização de carcaças, nós vamos ter preços melhores. Foi o que aconteceu no Rio Grande do Sul. Lá o preço da arroba subiu, porque estão exportando para o Chile, para a Rússia e para a Europa, com preços mais altos, e os frigoríficos estão competindo.

#### **AGRONALYSIS Os focos de febre aftosa que surgiram no ano passado prejudicaram as exportações de carne?**

**PRATINI DE MORAES** Na exportação, o impacto não foi grande. A maioria dos mercados, como foi o caso da União Européia, fechou o Mato Grosso do Sul, Paraná e São Paulo. Mas os frigoríficos que estão nestes estados têm filiais em outras regiões do país. A aftosa atrapalhou, criou uma imagem negativa, mas todo mundo sabe que a doença não atinge o homem. Todo mundo sabe que é uma doença de caráter econômico. E hoje o mundo inteiro sabe que a aftosa é um grande instrumento para se praticar protecionismo. Cabe ao Brasil retrucar as provocações, fazendo a mesma coisa. Ou seja, fechando mercados. É a única linguagem que se compreende no mercado internacional. ■