

Jornal dos CRIADORES

ÓRGÃO INFORMATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES - ANO V - Nº 50 - FEVEREIRO 2005

ABC faz mesa-redonda para debater o Sisbov



Associação Brasileira de Criadores

Mesa-redonda

"Rastreabilidade Bovina - Como desatar o nó?"

Dia 22 de fevereiro de 2005 – Terça-feira, das 09h00 às 13h00.

A ABC – Associação Brasileira de Criadores, convida todos os interessados para participarem da mesa-redonda: "Rastreabilidade Bovina - Como desatar o nó?"

Temas para discussão:

- Certificação individual e por propriedade - Legislação específica
- Processo de implementação do Sisbov

Debatedores convidados:

Jader Jacomini Ferreira – Coordenador do grupo temático/Sisbov da Câmara Setorial da Carne Bovina

Antenor Amorim Nogueira – Presidente do Fórum Permanente de Pecuária de Corte – CNA

José Amauri Dimarzio – ex-Sec. Executivo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

Xico Graziano – Deputado Federal

Luciano Medici Antunes – Presidente da ACERTA

Local: Sede da ABC – Associação Brasileira de Criadores
AV. José César de Oliveira, 181 – 11º andar – Vila Leopoldina – SP
Te.: 11 3832-9369 – Fax.: 11 3831-2731 – E-mail: abc@abccriadores.com.br
Estacionamento grátis no local - Favor confirmar presença

"Rastreabilidade Bovina - Como desatar o nó?" é o tema da mesa-redonda que a ABC promove neste 22 de fevereiro, das 9h00 às 13h00, em sua sede social. O encontro visa contribuir para as definições sobre a rastreabilidade e discutir as mudanças no Sisbov. Na nova estrutura do Ministério da Agricultura, o sistema de identificação e certificação de bovinos deixou de pertencer à Secretaria de Defesa Agropecuária e passou para a Secretaria de Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. O evento é aberto à participação de todos os interessados (veja convite ao lado).

Carne de "grife" ganha mercado

Cortes especiais e padronizados, provenientes de animais acabados conforme parâmetros pré-estabelecidos estão ganhando mercado e remunerando melhor os pecuaristas. Págs. 4 a 7

Frigoríficos aumentam deságio

O início de fevereiro foi marcado por boatos de que os frigoríficos estavam forçando para baixo o preço da arroba, ao estabelecerem uma tabela comum de deságio para as variações do peso do boi. Pág. 9

Presidente da
ABC no Canal
do Boi



Luis Alberto foi entrevistado por Armando Portas, no programa "Recomendações do Agrônomo". Pág. 3

Revista agrícola
da França
destaca o
agronegócio
brasileiro. **Pág. 8**

Oscip: uma alternativa de gestão

Luis Alberto Moreira Ferreira

Presidente da Diretoria Executiva

O Brasil conheceu a aftosa no século 19, provavelmente em 1870, quando aqui chegaram bovinos infectados, importados da Europa. Mesmo diante da gravidade da doença, somente por volta de 1920 iniciou-se o combate a ela de forma, digamos, organizada. Começou, aí, uma luta que provavelmente nunca terá fim

Em 1951, foi criado um programa nacional para combater a doença, mas a carência de recursos e de eficácia das vacinas não proporcionou os resultados esperados. Em 1963, o governo federal oficializou a campanha contra a febre aftosa e dois anos depois implantou o Programa de Combate à doença. Em 1983, o Ministério da Agricultura passou a exigir comprovação da vacinação.

Como nos mostra a realidade, todos os esforços até aqui empreendidos não lograram êxito. A situação chegou ao ponto de o ministro Roberto Rodrigues ter afirmado recentemente que "ou a pecuária brasileira acaba com a aftosa ou a aftosa acaba com a pecuária brasileira". Está nos planos do ministro a erradicação

da doença, em todo o território nacional, até o final de 2006.

Esperamos, naturalmente, que esse intento seja conseguido, mas é certo que o Brasil jamais deverá descuidar-se da aftosa. E é neste ponto que queremos chegar. Por razões várias (tempo que se luta contra a aftosa, extensão do território brasileiro, dimensões do rebanho, burocracia governamental etc), é de se questionar se o combate à doença deve mesmo ficar sob responsabilidade do Ministério da Agricultura. Ou se não seria mais eficaz ser formatado um organismo com essa finalidade específica, nos moldes de uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip).

Uma organização dessa natureza contemplaria a pluralidade que a situação exige, ou seja, caberiam em uma Oscip representantes do governo e dos setores direta e indiretamente envolvidos no controle da aftosa e/ou nas suas conseqüências, como associações de pecuaristas, indústria veterinária, frigoríficos e universidades.

Além de abrigar uma estrutura decisória amplamente represen-

tativa, uma Oscip possibilitaria maior agilidade e rapidez na execução das atividades de defesa sanitária, como contratação e alocação de recursos humanos e aquisição de materiais e equipamentos conforme as necessidades, principalmente as imediatas. Da mesma forma, uma Oscip facilitaria tanto a captação como a destinação de recursos financeiros.

Por fim, e talvez mais importante, seria uma forma de se distribuir a responsabilidade de mantermos a aftosa longe do território brasileiro a todos que devem assumir esse compromisso.

Não se trata, evidentemente, de uma "manobra" para excluir ou eximir o governo da responsabilidade de combater a aftosa. Ao contrário, a idéia é criar uma estrutura compatível com o tamanho do problema.

Aliás, a mesma estratégia pode ser usada para se resolver uma outra questão igualmente importante e que já está criando limbo: a rastreabilidade bovina – tema que trataremos em breve neste espaço.

Associação Brasileira de Criadores

Av. José César de Oliveira, 181 - 11º andar
Vila Leopoldina
CEP 05317-000 - São Paulo-SP
Fone: (11) 3832.9369 Fax: (11) 3831.2731
E-mail: abc@abccriadores.com.br www.abccriadores.com.br

Associação Brasileira de Criadores (ex-Associação Paulista dos Criadores de Bovinos), reconhecida como utilidade pública pelo Decreto Estadual nº 33.811, de 20 de outubro de 1958. Registrada no Ministério da Agricultura sob nº35, como jurisdição nacional.



Diretoria

Presidente: Luis Alberto Moreira Ferreira

Vices-Presidente: Ney Soares Piegas, Rubens Malta de Souza Campos Filho, Luiz Rondon Teixeira de Magalhães, Luiz Francisco Pavan Silveira, Eduardo Nunes Gusso.

Secretários: Jair Martineli, Wanda Pompeu Geribello.

Tesoureiros: Gustavo dos Reis Filho, Francisco Márcio da Costa Carvalho.

Conselho Deliberativo

Presidente: Nelson Luiz Baeta Neves

Vice-Presidente: Silvio Maria Crespi

Conselheiros Natos: Manoel Elpídio Pereira de Queiroz Filho, Guilherme Monteiro Junqueira, José Cassiano Gomes dos Reis Junior, Luis Alberto Moreira Ferreira.

Conselheiros Efetivos: Carlos Eduardo Moreira Ferreira, José Amauri Dimarzio, José Luiz de Paula Eduardo, Ney Soares Piegas, Eduardo Dias Roxo Nobre, Rubens Malta de Souza Campos Filho, Elisa Guerra Malta Campos, Isabel Sampaio Moreira Piegas.

Conselheiros Suplentes: Luiz Rondon Teixeira Magalhães, Francisco Márcio da Costa Carvalho, Greice Mara Martins Gomes Martins da Silva, Jair Martineli, Gustavo dos Reis Filho, Carlos Eduardo Duprat, Edgardo Héctor Pérez, Eugênio Salgueiro Gomes.

Conselho Fiscal

Efetivos: Edgardo Héctor Pérez, Licínio dos Santos Silva Filho, Eugênio Salgueiro Gomes

Suplentes: Maria Eugênia da Silva Telles, Milton Saad, Theodoro Quartim Barbosa Netto

acadêmica

O Jornal dos Criadores é editado pela Acadêmica Agência de Comunicação.

(11) 5549-1863

Edição: José Roberto Ferreira
Projeto gráfico e arte: A. C. Prado

Novo estatuto está em vigor

Visando atender às exigências do novo Código Civil brasileiro, bem como promover alterações para modernizar e dinamizar a estrutura jurídica e administrativa da entidade, a ABC já conta com um novo estatuto. O documento foi discutido e aprovado em assembléia geral extraordinária realizada em 17 de dezembro último. O estatuto anterior estava em vigor desde agosto de 1972.

Uma das principais alterações se refere ao processo eleitoral e à composição dos órgãos diretivos. Pelas regras anteriores, a diretoria executiva era eleita pelo Conselho Deliberativo, cujos membros efetivos,

por sua vez, eram escolhidos pelos associados por meio de voto secreto. As candidaturas ao Conselho eram individuais. Pelo novo estatuto haverá necessidade de inscrição de chapa completa, com ocupantes para o Conselho Deliberativo, a Diretoria Executiva e Conselho Fiscal.

O Conselho Deliberativo continuará contando com os membros natos – os ex-presidentes da diretoria executiva – e serão eleitos oito membros efetivos (mesmo número da composição atual), com a exigência de, no mínimo, um suplente. O Conselho Fiscal também continuará com três titulares, com a obrigatorie-

dade de contar com ao menos um suplente. Já na Diretoria Executiva, em vez de cinco vices-presidente, haverá apenas dois, além do primeiro e segundo secretários e tesoureiros.

Com isso, as chapas deverão contar com, no mínimo, 19 integrantes. Diferentemente do que permitia o estatuto anterior, uma pessoa não poderá participar do Conselho Deliberativo e da Diretoria Executiva simultaneamente.

Os membros da atual diretoria terão seus mandatos encerrados em 1º de julho de 2007 e poderão concorrer na próxima eleição. Os mandatos continuarão sendo de três anos.

ATIVIDADES DA DIRETORIA

Presidente da ABC no Canal do Boi



ESTÚDIO
Luis Alberto e
Armando Portas:
entrevistas sobre
rastreadabilidade e
turismo rural.

O presidente da Associação Brasileira de Criadores, Luis Alberto Moreira Ferreira, foi entrevistado duas vezes no programa “Recomendações do Agrônomo”, veiculado pelo Canal do Boi e pelo Agrocanal.

No primeiro programa, exibido em 7 de fevereiro, o tema foi rastreadabilidade bovina. Luis Alberto falou sobre o processo de implantação do Sisbov e analisou a rastreadabilidade como recurso para aprimoramento da pecuária brasileira e como ferramenta para garantir segurança alimentar.

O tema do programa seguinte, apresentado em 11 de fevereiro, foi turismo rural. Também presidente da Associação Brasileira de Turismo Rural (ABTR), Luis Alberto analisou

o estágio atual e as perspectivas do setor no Brasil.

O programa “Recomendações do Agrônomo” é uma iniciativa da Leilosat, em parceria com o Canal do Boi e com o Agrocanal. Em formato de entrevista, ele é apresentado pelo engenheiro agrônomo Armando Portas, de Campinas (SP). “Na verdade fazemos um bate-papo com os nossos entrevistados, com o objetivo principal de levar conhecimento atualizado ao produtor rural, principal telespectador do programa”, explica Armando Portas. A duração é de uma hora, com transmissão às 8h30, de segunda a sexta-feira, por antena parabólica e pela Directv.

Câmara Setorial debate aftosa

A Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Carne Bovina reuniu-se no dia 6 de janeiro, em Brasília, sob a coordenação do ministro da Agricultura. Roberto Rodrigues quis aproveitar o evento, em que estavam presentes secretários de agricultura de vários estados, para discutir o combate à aftosa em âmbito nacional. A ABC foi representada pelo presidente Luis Alberto Moreira Ferreira, que naquela data participou também da posse dos novos secretários do Ministério (veja pág. 9).

Leite elege novo presidente

Antonio Julião Damásio foi eleito presidente da Câmara Setorial de Leite e Derivados, da Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo. A escolha ocorreu no dia 18 de janeiro, em reunião que a ABC foi representada pelo assessor da diretoria, Angelo Stefani Junior. Damásio substituiu Antônio José Xavier.

Grifes agregam valor à carne bovina. E o pecuarista começa a ser premiado pela qualidade.

Desde que foi lançada no mercado, a marca de carnes Montana Premium Beef, composta por cortes especiais de novilho precoce, vem registrando um crescimento notável para este segmento do mercado. “Em 2003, foram vendidas cerca de 50 toneladas/mês; em 2004, 85 toneladas/mês, e até o final deste ano a expectativa é que sejam comercializadas 150 toneladas/mês”, afirma Victor Pupo, do Frigorífico Marfrig, que é responsável pelo abate e distribuição dos produtos da marca. Os cortes Montana Premium Beef já estão presentes em cerca de 300 estabelecimentos, além das churrascarias e lojas de fast food do Grupo Montana Grill.

O sucesso de vendas da Montana é uma amostra do potencial de mercado do segmento das carnes de grife. Ainda com pequena participação no mercado interno e pouco peso nas exportações, não param de surgir novos selos e marcas dispostos a explorar este filão. Ao lado de nomes tradicionais, como Bassi e Wessel, a preferência do consumidor passou a ser disputada por Red Angus Beef, Nelore Natural, Fillete, Maturatta, Bonsmara Beef Premium e Organic Beef. Isso só para citar alguns exemplos.

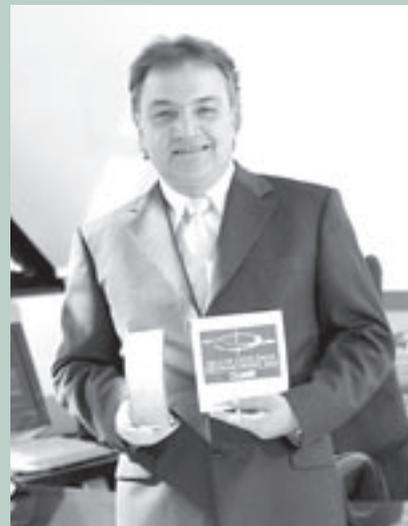
Independentemente do apelo de marketing da raça ou de qualquer outro atributo, a maioria dos produtos tem em comum o fato de apresentarem certificado de origem e controle de qualidade. São dados essenciais para atender à maior exigência do consumidor, mas que também refletem uma mudança

estrutural do setor. Em busca de agregar valor à carne, a cadeia produtiva está se rendendo ao fato de que é preciso remunerar melhor o produtor. E as carnes de grife representam o início deste processo, pois nesse segmento é a qualidade do produto que tem peso na decisão de compra.

Integração da cadeia

Até pouco tempo atrás, a produção e o lucro de uma carne de grife ficavam restritos a empresa detentora da marca. Para assegurar a qualidade de seu produto, a empresa fazia uma seleção das melhores carcaças em vários frigoríficos. Uma vez comprados os lotes, a carne era submetida a testes de qualidade e recebia cortes diferenciados. Hoje, embora ainda existam empresas que atuem desta forma, a maioria das marcas e selos está inserida em programas de qualidade de associações de criadores, e conta com a parceria de frigoríficos e até de pontos de venda.

A Red Angus Beef, por exemplo, é uma rede de lojas, próprias e franqueadas, que só comercializa novilhos Angus e Angus Plus com Selo de Certificação de Origem da Associação Brasileira de Angus. Os fornecedores são os pecuaristas que aderiram ao Programa Carne Angus Certificada da entidade. “Eles seguem um conjunto de normas e procedimentos na produção, mas, em compensação, recebem 3% a mais pela venda do boi, fora o bônus de fidelidade oferecido pelo frigorífico Mercosul”, conta Eloy Tuffi, proprietário da franquía e pecuarista da raça que dá nome à sua rede.



RECOMPENSA Eloy Tuffi, da Red Angus Beef: pecuarista recebe 3% a mais e bônus de fidelidade.

A Red Angus Beef não é a única compradora da carne que é abatida pelo Mercosul. Tuffi conta que, quando o frigorífico não dá conta do abastecimento de sua rede, que possui 11 lojas franqueadas e duas próprias, ele paga até 10% a mais para obter a carne diretamente dos pecuaristas da Associação. Ele dribla este problema sem causar interrupção no abastecimento, mas, como tem planos de exportar a carne Angus em grande escala, sabe que é necessário estimular mais pecuaristas a investir na raça.

Aliás, a falta de constância no abastecimento e de padronização na produção já motivou o fracasso de vários projetos de carne de grife no passado. “O consumidor só é fidelizado quando o produto está sempre disponível no ponto de venda, com as mesmas características de sabor, maciez, acabamento de gordura e tamanho”, afirma Vicente Ferraz, da FNP Consultoria. Por isso, a Associação dos Criadores de Nelore do Brasil (ACNB), responsável pelo selo Nelore Natural, fez um estudo profundo, durante dois anos, antes de lançá-lo no mercado. Um dos



SUCESSO Os cortes Montana Premium Beef já estão em cerca de 300 estabelecimentos.

objetivos era evitar esse tipo de erro. (Veja entrevista com Carlos Viacava, nas págs 6 e 7).

Constância e padronização

Para os frigoríficos que atuam no mercado externo, constância e padronização tornaram-se tão essenciais quanto a erradicação da febre aftosa. Não é à toa que o Marfrig estabeleceu um prêmio de 4% para os pecuaristas que atendem às suas exigências de qualidade. O pagamento diferenciado não se deve apenas à demanda das grifes de carne sob sua tutela. Em 2003, as exportações representaram 35% do volume total abatido pelo frigorífico; em 2004, das 320 mil toneladas abatidas, 50% foi para o mercado externo.

Para Vicente Ferraz, a premiação pela qualidade é uma tendência que deve se consolidar nos próximos anos. “É uma questão de sobrevivência”, enfatiza. “Até agora, o Brasil conquistou o mercado externo por ter preços competitivos, mas o mercado está cobrando padronização”, conta. Os frigoríficos, segundo ele, serão obrigados a quebrar o antigo ciclo vicioso, no qual o pecuarista não investia em tecnologia porque não era premiado pela qualidade.

Na opinião do consultor da FNP, o calcanhar de Aquiles da pecuária brasileira é a diversificação das raças e dos pacotes tecnológicos, que dificultam a padronização. Neste sentido, o Programa de Qualidade Nelore Natural, da ABCN, é uma iniciativa promissora, pois a raça representa 80% do rebanho nacional. Alguns especialistas, no entanto, julgam que as características da carne do Nelore não atendem às exigências de alguns mercados, especialmente no se refere à maciez que o marmoreio das raças europeias oferece.

Para Eloy Tuffi não é só uma questão de nicho de mercado. Ele acredita que somente será possível agregar valor à carne brasileira no mercado externo se a pecuária investir em raças europeias. “O Brasil só exporta filé-mignon porque a carne do Nelore não é tão macia”, afirma ele, acrescentando que este problema dificulta a comercialização de outras partes do boi, como a costela, por exemplo. “O preço pago ao produtor que cria Nelore não vai aumentar



CONSTÂNCIA Pontos de venda e consumidores exigem carne com padrão definido.

por que o filé-mignon representa o grosso das exportações e na Europa esta peça é comprada por US\$ 13 o quilo”, sentencia ele.

O diretor geral da Agropecuária Jacarezinho, Ian Hill, empresa do Grupo Grandene, que faz melhoria das raças Nelore e Braford, não concorda com esta visão. “O

fato de o Brasil exportar majoritariamente o contra-filé (peça que inclui o filé-mignon) se deve ao padrão de consumo do europeu, que prefere os cortes oriundos desta peça”, afirma. As características da carne do Nelore, segundo ele, também atendem à tendência de consumo de carnes magras.

Exigências, cada vez maiores.

Na avaliação de especialistas, independentemente da raça, o Brasil ainda está longe de brigar pelos mercados de carnes nobres, a exemplo do Japão que paga o dobro do preço pela carne de seus fornecedores. E não é só pelo fato de não ter erradicado a aftosa. “A pecuária precisa atingir o grau de sofisticação da avicultura brasileira, setor que investe pesado para atender as exigências de determinados mercados”, enfatiza Vicente Ferraz, da FNP Consultoria. Ele conta que algumas empresas, como Sadia e Perdigão, fornecem matrizes e ração especial ao produtor só para criar um tipo de frango que os árabes adoram.

“Os exportadores de carne, quando querem entrar em um mercado, costumam fazer pesquisas junto ao consumidor

antes de lançar o produto”, conta. Além disso, as exigências no mercado externo tendem a aumentar cada vez mais. O certificado EurepGap é um exemplo. Em vigor na Europa desde o início do ano, o certificado só é concedido aos fornecedores que tenham boas práticas de produção agrícola e pecuária. As exigências chegam aos mínimos detalhes, como a limpeza dos caminhões e o controle das agulhas usadas na vacinação do gado. Mas não se trata de uma barreira comercial. “É uma questão de segurança alimentar”, diz Ian Hill, da Agropecuária Jacarezinho. Na Europa, conta ele, existem grandes redes de supermercados que são abastecidas por mega fornecedores. “É um problema de segurança alimentar, pode quebrar a rede”, diz. Como se vê, para conquistar mercados a grife tem de ser sinônimo também de qualidade.

O desafio do Nelore

Apesar de constituir 80% do rebanho brasileiro, o Nelore carrega a pecha de oferecer uma carne sem a maciez exigida pelos paladares mais refinados. Para provar que isso não corresponde à realidade, a Associação de Criadores de Nelore do Brasil (ACNB) se dispôs ao desafio: criou o Programa de Qualidade Nelore Natural (PQNN), “com a proposta de oferecer

ao mercado consumidor uma carne com marca, que representasse alta qualidade e pudesse ser posicionada como a primeira, a melhor e a principal marca de carne do Brasil”, na definição de seu presidente, Carlos Viacava. Nesta entrevista, ele mostra os caminhos percorridos pela ACNB para implantar o PQNN, que já conta com adesão de mais de 3.000 pecuaristas.

Jornal dos Criadores: Qual o motivo que levou à criação do programa Nelore Natural?

Carlos Viacava: Notamos que o mercado consumidor necessitava de uma carne com marca, que representasse alta qualidade e pudesse ser posicionada como a primeira, a melhor e a principal marca de carne do Brasil. O programa tem o objetivo de fortalecer o produto brasileiro no mercado externo e interno. Além disso, sua implementação, em 2001, permitiu a pecuaristas e frigoríficos, por meio uma série de normas e recomendações, disponibilizar ao consumidor uma carne com origem conhecida e qualidade controlada.

Quais foram as principais dificuldades?

O projeto nasceu no início de 1999, como eu disse, com a proposta de oferecer ao mercado consumidor uma carne com marca, que representasse alta qualidade e pudesse ser posicionada como a primeira, a melhor e a principal marca de carne do Brasil. A idéia começou a ser amadurecida com o auxílio de uma equipe multidisciplinar composta por técnicos ligados ao setor da produção e profissionais da área de marketing. Essa fase de planejamento consumiu mais de dois anos de trabalho intenso, que culminou com a formação do Programa de Qualidade Nelore Natural (PQNN) e do slogan publicitário “Nelore Natural. Boi de Capim. Carne Saudável”. Isso permitiu a chegada da carne com a marca Nelore Natural ao mercado, em setembro de 2001. Na época, colocar o produto no mercado parecia ser a tarefa mais



Viacava: “Queremos ajudar o pecuarista a vender seu produto”

difícil, mas, no decorrer desses três anos de operação efetiva do Programa, verificou-se que aquela era apenas a primeira barreira a ser transposta. De lá para cá, muitas outras têm sido superadas devido principalmente à união do setor produtivo. Desde o início, já foram investidos no desenvolvimento e divulgação da marca Nelore Natural um montante próximo a R\$ 8 milhões. Parte deste valor é proveniente de empresas fornecedoras de insumos, que muito têm investido nos projetos desenvolvidos pela ACNB. Mas a maior parcela vem do próprio produtor, que voluntariamente contribui para um fundo de ma-

rketing da raça.

No que se diferencia a carne Nelore Natural?

Os animais Nelore possuem porte médio, ossatura fina, leve e porosa. A proporção carne/ossos lhe confere excelente rendimento nos processos industriais. A característica de deposição de gordura subcutânea atende o padrão comercial das peças e propicia uma carne com baixo teor de lipídios. A precocidade de terminação garante nas carcaças Nelore distribuição homogênea da cobertura de gordura, o que, cada vez mais, agrega valor ao produto no mercado. Além disso, a cobertura evita que, durante o resfria-

“A marca foi instituída para agregar valor à carne”

mento, ocorra o encurtamento das fibras. A padronização das carcaças Nelore otimiza a estrutura industrial e agrega valor aos cortes. Atualmente, existe uma tendência mundial crescente, por parte dos consumidores, em dar preferência por carnes magras. A carne Nelore tem como principais características sabor e o baixo teor de gordura de mármore. Para estar enquadrado no PQNN são observados os quesitos: raça, idade, sexo, acabamento, peso, contusões e lesões de vacina na carcaça. O animal precisa ser da raça Nelore, com até 25% de sangue de outras raças zebuínas. São aceitos no programa machos castrados, com até seis dentes incisivos permanentes; tourinhos, somente na primeira denteição, e fêmeas com até quatro dentes incisivos permanentes. Também devem apresentar de dois a oito milímetros de gordura distribuídos de maneira uniforme na carcaça. No quesito peso, são aceitos machos entre 240 kg (16@) e 285 kg (19@) e fêmeas entre 195 kg (13@) e 285 kg (19@). As contusões e lesões de vacina na carcaça (geralmente apresentadas no contra-filé, alcatra, picanha e coxões), são parâmetros desclassificatórios.

Quantos produtores já aderiram ao programa?

O Programa Nelore Natural, até o início do mês de novembro de 2004, contava com 2.978 pecuaristas que já haviam abatido animais de suas propriedades no Programa.

Quais as vantagens para os produtores, frigoríficos e pontos de venda que aderem ao programa?

A marca Nelore Natural foi instituída para que o produto carne tivesse valor agregado. E esse é um dos objetivos do PQNN. Queremos ajudar o pecuarista a vender seu produto, a carne, pois produzir o boi ele já sabe. A união do setor produtivo ajuda a fortalecer não só a raça Nelore, mas também unifica as ações que têm o claro objetivo de adequar a produção de carne aos mercados mais exigentes.

Há planos para exportar a carne Nelore Natural?

Hoje trabalhamos o Programa mais intensamente no mercado interno, mas a tendência natural é a de que a carne produzida sob o selo Nelore Natural acabe atendendo também ao externo. No mercado interno, grandes redes internacionais como o Wal Mart, através de suas bandeiras Wal Mart Supercenter e Sam's Club, já contam com a carne Nelore Natural em suas gôndolas.

Muitos selos, lançados no passado, não obtiveram êxito por falta de padronização e constância no fornecimento.

O PQNN contou com cerca de dois anos de planejamento justamente para evitar que falhas como essas pudessem ocorrer. Não basta apenas criar padrões ou selos para permitir que uma carne com qualidade diferenciada seja fornecida ao consumidor. É necessário um trabalho de planejamento e logística considerando todos os elos da cadeia produtiva e suas particularidades. Só assim será possível estabelecer estratégias que visem a disponibilidade contínua do produto no mercado. Vale acrescentar que os abates técnicos visam exatamente classificar as carcaças segundo padrões pré-estabelecidos. De agosto de 2001 até novembro de 2004 foram abatidas 793.136 cabeças e classificadas 366.340. Isso significa um índice de classificação de 46,19%.

O objetivo do programa é fornecer carne com identificação de origem e de qualidade. Quais são as principais normas que os produtores devem seguir?

Os pecuaristas interessados em participar do PQNN devem ser sócios da ACNB e estar inscritos no programa. Para tanto, devem assinar o termo de adesão e responsabilidade, atestando o conhecimento e concordância em relação às normas e procedimentos do programa, bem como da liberdade

do seu desligamento, a qualquer tempo, sem nenhum custo para as partes envolvidas. Por meio deste termo os produtores autorizam a realização de auditorias e se comprometem a divulgar as recomendações relativas ao bem-estar animal entre os seus funcionários e prestadores de serviços. Os pecuaristas aderem ao programa por meio de um termo de adesão e responsabilidade, as carcaças são selecionadas, a desossa e embalagem acompanhadas e os pontos de venda são supervisionados. Além disso, o PQNN recomenda

a adoção de boas práticas agropecuárias, ambientais e de responsabilidade social.

“O PQNN contou com cerca de dois anos de planejamento.”

Qual foi a base para o estabelecimento destas normas? Houve algum estudo específico?

Os abates técnicos foram realizados por meio de uma metodologia cuidadosamente desenvolvida. Nessa fase foram avaliadas carcaças de 16.081 novilhos Nelore, de 331 fazendas em oito Estados do País. Isso deu respaldo e segurança para o desenvolvimento do Programa. O primeiro abate oficial foi realizado em 24 de agosto de 2001, em Vilhena/RO.

Qual é a expectativa com relação a abrangência do Programa?

As expectativas são as melhores possíveis. A proposta é dar continuidade na evolução do PQNN, que em 2004 teve uma expansão significativa. Hoje os abates do Programa contabilizam mais de 45 mil cabeças por mês, totalizando 747 mil animais abatidos desde seu início, em 2001. A carne Nelore Natural passou a ser comercializada regularmente em mais de 350 pontos de venda. As ações junto ao consumidor final devem ser cada vez mais implementadas, visando o posicionamento da marca Nelore Natural na mente do consumidor. E os conceitos do Programa continuarão a ser levados aos pecuaristas de outros Estados do país.

Revista agrícola da França destaca o agronegócio brasileiro

Em sua edição semanal de 17 de dezembro, a revista *La France Agricole*, a mais tradicional e respeitada publicação agropecuária da França, dedicou sua reportagem de capa ao desenvolvimento do agronegócio brasileiro. Com o título “Brasil, o gigante dos dentes longos”, a revista chama a atenção para a possibilidade de o País vir a ser o maior produtor agrícola do planeta.

“O Brasil tornou-se um gigante agrícola do qual é preciso desconfiar antes que ele se transforme em um bicho-papão”, escreveu o repórter Yvon Herry no início do texto de abertura. Herry percorreu várias regiões agrícolas do Brasil juntamente com um grupo de repórteres franceses, em viagem organizada pela Associação dos Jornalistas Agrícolas de seu país.

Por meio de um conjunto de reportagens que ocupam oito páginas, *La France Agricole* enfoca os principais setores do agronegócio brasileiro e interpreta que o País tem ambições que devem ser vistas com cautela: “Ele [o Brasil] está longe de ser o país em desenvolvimento que a gente queria acre-

ditar”, alerta o texto. “Criador do G20, um grupo de países emergentes que luta contra os subsídios agrícolas dos países ricos, o Brasil mostrou que não tem medo de atacar as ajudas americanas ao algodão e as subvenções europeias ao açúcar. Suas ambições no mercado mundial de produtos agrícolas são muito grandes”.

Previsão de liderança

Em reportagem com o título “Um grande potencial de desenvolvimento”, a revista chama a atenção para o fato de o Brasil ser “dezesesseis vezes maior que a França”, ter “trunfos inegáveis” e se beneficiar “de baixos custos de produção”. Ela informa seus leitores que o Brasil é o “primeiro ou segundo produtor mundial em muitos setores (açúcar, etanol, soja, café, carne bovina, suco de laranja...)” e que “monopoliza também todos os primeiros lugares na exportação (açúcar, soja, carne bovina e de aves, fumo, café, suco de laranja...)”.

Com base em um estudo da ONU, que estima que o Brasil poderá tornar-se o primeiro produtor



RECEIO A revista francesa prevê que o Brasil poderá se transformar no “bicho papão” do agronegócio mundial.

agrícola mundial em doze anos, a publicação francesa enfatiza que as exportações brasileiras deverão continuar crescendo e explica que “a agricultura é de fato um setor chave para a economia do país”: Ela emprega uma pessoa em cada cinco; o conjunto do agronegócio representa mais de 1/3 do PIB; no período 2001-2003, a taxa de crescimento do PIB do agronegócio foi 3 a 4 vezes superior ao da economia do Brasil; as exportações agroalimentares (36 a 40% para a Europa), representam 42% das exportações totais.

Como trunfos para se tornar o “bicho papão” que os franceses dizem temer, o Brasil – destaca a *France Agricole* – conta com mão-de-obra barata; dispõe ainda de pelo menos 90 milhões de hectares para serem cultivados (sem tocar na floresta amazônica) e se beneficia de uma grande variedade climática e de recursos hídricos abundantes. Em contrapartida, a publicação também mostra as fragilidades do Brasil: infra-estrutura, financiamento à agricultura e o peso da burocracia. “Enfim, o Brasil não soube até o presente reduzir suas muito fortes desigualdades sociais”, finaliza.

O vice-presidente da ABC, Ney Soares Piegas, fez a tradução do texto em francês.

Um equívoco numérico

A edição da *La France Agricole* comete um equívoco ao informar que o Brasil é o segundo maior produtor mundial de carne bovina. A reportagem não revela qual seria o primeiro, posição que o repórter talvez atribua à Índia – que conta com o maior rebanho do mundo, porém sem finalidade comercial uma vez que a vaca é considerada animal sagrado naquele país. De qualquer forma, a revista põe em relevo o fato de, no Brasil, haver “uma cabeça de gado por habitante” e que o

rebanho brasileiro, com 180 milhões de animais, é o dobro do existente no conjunto de países que compõem a União Européia. “O Brasil exporta 16% de sua produção e assegura um quinto das exportações mundiais”, informa a reportagem que mostra o interesse do Brasil no mercado europeu de carne bovina, e faz uma crítica: “se em matéria sanitária os frigoríficos destinados à exportação são umas vitrines, a metade dos abates no Brasil são clandestinos”.

Frigoríficos aumentam deságio no peso do boi

A análise semanal sobre o mercado pecuário elaborada pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) registrou que, entre os dias 26 de janeiro e 2 de fevereiro, as cotações do boi continuavam em queda em quase todas as regiões, com exceção da praça de São Paulo. No valor médio, a queda variou de 0,23%, na região de Colider (norte do MT), a 2,56%, em Cuiabá. Aparentemente, a retração do mercado se deveu ao período de “safra”, histórico nesta época do ano. No entanto, o início de fevereiro foi marcado por boatos de que os frigoríficos estavam forçando para baixo o preço da arroba, ao estabelecerem uma tabela comum de deságio para as variações do peso do boi.

Na região de Rio Verde (GO), por exemplo, os principais frigoríficos estabeleceram que o “preço de boi gordo” só seria pago se o animal tivesse, no mínimo, 16 arrobas. “Antes, os frigoríficos exigiam 15 arrobas para pagar o preço normal”, disse Elmírio Monteiro Marques Junior, presidente da Comissão de Pecuária do Sindicato Rural de Rio Verde.

Além de estabelecerem um “teto” mais baixo, o preço do boi

com peso entre 15 a 16 arrobas passou a valer 5% a menos, deságio que aumentava para 10% se o animal tivesse entre 14 a 15 arrobas; e se nivelava ao preço da vaca se o boi tivesse menos de 14 arrobas. “Por enquanto, esse deságio está sendo aplicado pelos frigoríficos Frialta e Margen, mas nosso temor é que essa prática seja generalizada”, afirmou Marques.

Formação de cartel?

Segundo Antenor Nogueira, coordenador do Fórum Permanente da Pecuária de Corte, da Confederação Nacional da Agricultura (CNA), há documentos que mostram que as indústrias criaram uma tabela única de preços a serem pagos aos criadores. O assunto seria discutido em uma reunião na CNA, prevista para ocorrer no dia 10 de fevereiro. “Se houver indícios de formação de cartel, será feita denúncia na Secretaria de Direito Econômico”, disse.

A questão é polêmica e requer provas. De qualquer forma, este sistema de pagamento não é uma novidade. Segundo o Cepea, praticamente todos os frigoríficos já remuneram a arroba de acordo

com o peso final (aproveitado) do animal, havendo padrões diferentes entre as unidades e também de acordo com a época do ano. O que teria mudado é a retomada dos parâmetros para o peso de “safra” em vários frigoríficos, uma vez que, nos últimos meses, esse nível teria sido baixado para ser compatível ao menor peso de “entressafra”.

Em geral, os frigoríficos pagam “preço de boi gordo” para animais entre 15 e 16 arrobas, aceitando o limite de 15 ou exigindo as 16 de acordo com a oferta que recebe e a necessidade de abate. No período em questão, quando foi maior a oferta de animais “gordos”, muitos retomaram o mínimo de 16 arrobas.

A diferença de preços paga pelos animais que não atingem o peso estipulado também varia. Em alguns frigoríficos, bois com rendimento inferior a 16 arrobas, por exemplo, recebem 3% a menos; em outros, o deságio é de 5%. A alegação de vários frigoríficos, segundo o Cepea, é que os níveis exigidos são necessários para atender às especificações do mercado consumidor.

MAPA muda secretários e ganha nova estrutura

O ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento começou o ano com mudanças. Em 6 de janeiro o ministro Roberto Rodrigues substituiu dois secretários e, no dia 24, foi publicada no Diário Oficial da União a nova estrutura administrativa da pasta.

“O ministro Roberto Rodrigues deixou claro que a reforma foi concebida para dar maior agilidade e eficácia aos serviços prestados pelo Mapa”, disse o presidente da ABC, Luis Alberto Moreira Ferreira, que compareceu à posse dos secretários Gabriel Alves Maciel, de Defesa Agropecuária, e Márcio Portocarrero, de Apoio Rural e Cooperativismo. Eles entraram nos lugares de Maçao Tadano e

Manoel Valdemiro Rocha, respectivamente.

A reforma administrativa do MAPA começou a ser implantada em 1º de fevereiro. Com as alterações, o Ministério ganhará novos órgãos: a Assessoria de Gestão Estratégica, a Secretaria de Relações Internacionais do Agronegócio, a Ouvidoria, a Corregedoria e a Biblioteca Nacional de Agricultura. A Secretaria de Produção e Comercialização foi ampliada e passará a se chamar Secretaria de Produção e Agroenergia, e a Secretaria de Apoio Rural e Cooperativismo muda para Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. As Delegacias Federais darão lugar às Superin-

tendências Federais de Agricultura, Pecuária e Abastecimento.



POSSE Roberto Rodrigues (centro) dá posse a Gabriel Alves Maciel (esquerda) e Márcio Portocarrero.

Ruraltech mostrará inovações tecnológicas para o agronegócio

Pesquisadores, inventores e empreendedores que tenham soluções inovadoras para agregar valor à empresa rural têm até 25 de fevereiro para inscrever seus trabalhos na Ruraltech 2005 – Mostra Internacional de Tecnologias para o Agronegócio, que será realizada em Londrina (PR), entre 7 a 17 de abril. Promovida pela Adetec, Sociedade

Rural do Paraná, Sindicato Rural de Londrina, Iapar, Embrapa/Soja, UEL, Ocepar e diversas instituições locais, a Ruraltech é o único evento do País a premiar o esforço de pessoas e instituições na criação de tecnologias inovadoras para o agronegócio, já tendo selecionado, nas seis edições anteriores, aproximadamente 90 projetos de todo o país e do exterior, em diferentes estágios de desenvolvimento. Entre os mais de 30 já premiados, vários foram depois lançados no mercado e tornaram-se sucessos comerciais. Nesta sétima

edição serão distribuídos R\$ 5 mil em prêmios aos três primeiros colocados. A Ruraltech também oferece uma programação técnica, nas dependências do Sindicato Rural de Londrina, e uma mostra não comercial de tecnologias, envolvendo instituições como UEL, IAPAR, Embrapa/Soja, Prefeitura de Londrina, Organização das Cooperativas do Paraná e outras, que se realiza no Pavilhão Internacional do Parque Ney Braga. As inscrições poderão ser feitas pelo site www.londrinatecnopolis.org.br/ruraltech.

SHOW AGRICOLA

24 a 27 de fevereiro, em Palma Sola, SC. Em sua 6ª edição, a principal feira de Santa Catarina, o Show Agrícola, terá 40 hectares para a exposição de animais, máquinas e implementos, dinâmica de máquinas em campo, e lavouras demonstrativas. (49) 652-0152, showagricola@sementescrestani.com.br

AGRIFOOD

3 a 6 de março, em Verona, Itália. A Câmara de Comércio Italiana de Minas Gerais (CCIB/MG) está organizando uma delegação de empresários brasileiros para visitar ou expor seus produtos na Agrifood 2005 – Salão Internacional do Produto Fresco, da Segurança e dos Produtos Agroalimentares Típicos. É uma boa oportunidade para inserção naquele mercado de produtos típicos brasileiros, como frutas, sucos, cachaças, doces, laticínios e carnes, uma vez que o evento é um dos maiores do setor agroalimentar de especialidades da Europa. A feira contará ainda com o Quality Buyers Club, evento que reunirá compradores nacionais

e internacionais, e a exposição internacional do setor pecuário. (31) 3287-2212, info@italiabrazil.com.br, www.fieragricola.com

FEINCO

13 a 20 de março, em São Paulo, SP. As tendências da produção nacional de caprinos e ovinos serão apresentadas na Feira Internacional de Caprinos e Ovinos. Na programação constam exposições, oficinas, apresentações e palestras. (11) 5073-7799, agrocentro@centromigrantes.com.br, www.feinco.com.br

WORLD ANGUS FORUM

16 a 20 de março, na Cidade do Cabo, África do Sul. A Angus Society of South Africa irá promover a 9ª World Angus. <http://africa-at-leisure.com/angus>

FEPOAGRO

24 a 27 de março, em Porto Alegre, RS. A 3ª Fepoagro – Feira Agropecuária da Produção Primária de POA, contará com exposição de animais, palestras e shows. Serão liberadas verbas de incentivo para expositores, além de premiação

em dinheiro para os destaques da pecuária e do agronegócio. (51) 3231-4062, 9999-9449.

AGRISHOW COMIGO

5 a 9 de abril, em Rio verde, GO. Promovido pela Cooperativa Mista dos Produtores Rurais do Sudoeste Goiano (COMIGO) e pela Abimaq, o evento tem o objetivo de apresentar tecnologias para o negócio agropecuário. (11) 5591-6300, www.agrishow.com.br, agrishow@agrishow.com.br

IRRIGA CEARÁ

5 a 7 de abril, em Fortaleza, CE. Rodadas de negócios, mesas redondas, painéis, palestras e seminários sobre agricultura irrigada e tradicional, aquícultura, floricultura, fruticultura, hortaliças e pecuária. Feira de Negócios para agroindústria, fornecedores de máquinas, equipamentos e insumos, produtores de frutas, flores e hortaliças. Participação de bancos, instituições de crédito, prefeituras municipais e governo do estado. (85) 2881637, irrigaceara@seagri.ce.gov.br, www.irrigaceara.com.br



Jornal dos CRIADORES

NEGÓCIOS

Valores nominais do leite – R\$/litro (Produtor)

Leite	Data	MG	RS	SP	PR	GO
Tipo C	Dez/04	0,5409	0,5193	0,5366	0,5025	0,5350
	Nov/04	0,5484	0,5152	0,5499	0,5079	0,5511

Fonte: Cepea – Esalq USP

Indicador boi gordo – SP Média simples no período

Mês	R\$ - Vista	R\$ - Prazo
Dez/04	61,18	62,24
Nov/04	61,74	62,80
variação	- 0,91	- 0,90

Recebido pelo Produtor; a descontar Furrural (2,3%) Fonte: Esalq/BMF

Indicador bezerro – MS Média simples no período

Mês	R\$/unid - Vista	Peso médio
Dez/04	372,65	180,06
Nov/04	372,42	179,70
variação	0,06	*

Fonte: Esalq/BMF

Cotação do boi gordo – R\$/@ 01/02/2005

Frigorífico	Animal não rastreado	Animal Rastreado	Funrrural
Bertin	S/ compra	58,00	descontar
Independência	S/compra		
Friboi	S/ compra		
Frigoestrela	57,00	59,00	descontar
Marfrig	57,00	60,00	descontar

Prazo de pagamento – 30 dias

Custo da rastreabilidade – R\$/animal

Brinco identificador + botom	1,54
Certificação + identificação	1,35
Deslocamento do técnico	0,35
Custo administrativo - manejo	0,30
Total médio	3,54

Custo médio levantado de certificadoras, cidade de São Paulo, em 20/01/2005; serviços para 500 animais, identificador Allflex padrão SISBOV.

Animais cadastrados no Sisbov, por Estado.

UF	VIVOS	ABATIDOS	TOTAL
AC	10.900	0	10.900
AM	910	0	910
BA	24.696	264	24.960
DF	716	241	957
ES	72.596	21.610	94.206
GO	5.430.731	1.366.978	6.797.709
MA	17.642	105	17.747
MG	2.414.900	846.297	3.261.197
MS	9.608.191	3.469.802	13.077.993
MT	6.420.001	1.823.021	8.243.022
PA	885.896	77.985	963.881
PI	110	0	110
PR	1.278.412	614.964	1.893.376
RJ	2.427	120	2.547
RO	532.271	85.527	614.798
RS	1.672.292	136.659	1.808.951
SC	30.031	321	30.352
SE	5.000	0	5.000
SP	3.386.739	840.357	4.227.096
TO	521.341	26.047	547.388
TOTAL	32.315.802	9.307.298	41.623.100

Dados de março de 2002 a 18/01/2005.
Fonte: MAPA/SISBOV/ACERTA

LEITE – Cautela

Mesmo com o aumento no custo de produção, puxado pelos fertilizantes e pela suplementação mineral, é possível que o setor leiteiro entre num ciclo positivo de resultados. O cenário é positivo a longo prazo, porém dependente das variações econômicas. Mais ainda, o produto precisa focar a produtividade e a gestão do custo de produção.

CORTE – Nada animador

As expectativas a curto prazo para o produtor não são nada animadoras – grande abate de fêmeas, embargo russo, enfraquecimento do mercado interno e recuo do dólar. Os compradores aproveitam a oferta e a fraca venda de carne no atacado para impor novos recuos.



ASA - Associação Santo Agostinho

<http://www.asa-ribeiraoculinda.org.br>
e-mail: a.santoagostinho@terra.com.br

"Educando 2000 crianças e jovens e acolhendo 56 idosos"

Faça como a Associação Brasileira de Criadores:

Apóie a nossa idéia e colabore com o nosso trabalho, aumentando ainda mais os resultados.

Banco Itaú – Agência 0164 C/C 26 152-4

Telefone para Contato:
(11) 3887-5341 / 3887-8161

Obrigado, em nome das nossas crianças, jovens e idosos.

KÜMMEL – Advogados Associados

Escritório especializado em Desapropriação e Aquisição de Terras, Alienação e Titulação de Terras – Cartografia e todos os demais assuntos atinentes aos Recursos Naturais.

Rua Eça de Queiroz, 465, SP-SP, CEP 04011-032

Fone/fax: (11) 5539-0961

e-mail: kummel@totalnet.com.br



TEC TOUR VIAGENS E TURISMO LTDA.

- Viagens Nacionais e Internacionais;
- Reservas em Hotéis;
- Passagens Aéreas / Pacotes Turísticos;
- Programas de Milhagens.

Av Jose César de Oliveira, 181 – cj 304

05317 000 São Paulo – SP

Tel.: (11) 3641-5566 Fax: (11) 3831 8002

Email: abtr@abtr.com.br

Anuncie no **Jornal dos Criadores**

Seus Animais, Leilões,
Feiras, Eventos, Produtos e Serviços

11 3832-9369

tecnagro

Certificadora Credenciada no SISBOV

*Empresa com mais de 30 anos
de credibilidade e serviços prestados*

Os melhores preços e condições de pagamento. Consulte um de nossos Parceiros ou entre em contato pelo telefone
(11) 3825-2230

Acesse nosso site www.tecnagro.com.br,
e saiba tudo sobre as novas regras do SISBOV

Av. Angélica 501, conj. 401

Cep 01227-900 – Santa Cecília

São Paulo – SP

Fone: (11) 3825-2230

Fax : (11) 3662-0400

tecnagro@tecnagro.com.br



Associação Brasileira de Turismo Rural

*A mais tradicional Associação de
Turismo Rural no Brasil lhe oferece:*

1700 pousadas rurais
Fazemos suas reservas

Av Jose César de Oliveira, 181 – cj 304

05317-000 São Paulo – SP

Tel.: (11) 3641-5566 Fax: (11) 3831 8002

Email: abtr@abtr.com.br

www.abtr.com.br