



COMERCIALIZAÇÃO DE BÚFALOS E SEUS DERIVADOS

Alberto De Gusmão Couto¹, Ing. Civil, MSc, Bubalinocultor

¹Fazenda Castanha Grande/ São Luiz do Quitunde/AL/BRASIL

INTRODUÇÃO

Todos sabem das dificuldades que os produtores rurais encontram na comercialização dos seus produtos, não só de búfalos, mas da maioria dos produtos agropecuários. De um modo geral, os produtores rurais não são bons comerciantes e vice-versa. Buscando a razão disso observa-se que o produtor rural trabalha em parceria com a natureza, amando o que faz muitas vezes só pelo prazer de ver brotar da terra o milagre da vida. Já o comerciante trabalha com seres humanos, que a cada dia ficam mais exigentes em qualidade e preços, com vistas às margens de lucro. Mediante tal situação, o comerciante tem que desenvolver sua criatividade e argúcia, atualizando seus custos e usando marketing como instrumento indispensável para o sucesso do seu negócio. Não se deve empolgar com uma boa proposta de compra sem conhecer o comprador. Existe um ditado antigo que diz: “faça um negócio razoável com um homem de bem, mas não faça um excelente negócio com um mau caráter”.

Em 1984, desanimado com as sucessivas quedas do preço do açúcar no mercado internacional, que acarretou preços baixos na matéria prima, a cana de açúcar, resolvi iniciar uma criação de búfalos. Com o passar do tempo, o preço da cana foi caindo cada vez mais, enquanto os búfalos cresciam no meu entusiasmo. Em 1989, permanecia a mesma situação, e então resolvi quebrar uma tradição de 165 anos de uma família de plantadores de cana. Também deixei as minhas atividades como engenheiro civil, para dedicar todo o tempo à bubalinocultura. Primeiramente, só visei a criação de búfalo para corte. Mais tarde, verifiquei que uma búfala para corte me dava só um bezerro ao ano, enquanto uma búfala de linhagem leiteira me dava três ou mais bezerros, uma cria normal e mais dois equivalentes em leite. Em 1993, já com um certo conhecimento dos derivados do leite e da carne de búfalos, resolvi abrir um ponto de venda às margens da rodovia AL-101 Norte, a 60 km de Maceió.

OBJETIVO

Esse trabalho visa orientar aos bubalinocultores, que não se contentando só com a venda dos seus búfalos, procuram agregar valor ao seu produto, na comercialização dos seus derivados.



FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMERCIALIZAÇÃO

1. ACREDITAR NO BÚFALO

O principal fator de sucesso na comercialização de búfalos e seus derivados estão em nós. Temos que acreditar no búfalo. Ter pleno conhecimento de que o búfalo e seus derivados são produtos nobres. Quem não estiver convicto destas prerrogativas primárias e abrir um negócio, estará fadado ao fracasso.

2. TER APTIDÃO PARA NEGÓCIOS

Saber negociar é um dom, o indivíduo já nasce com ele, mas a lida diária aperfeiçoa-o cada vez mais, tornando-o um expert no assunto. Negociar com honestidade é uma obrigação de todos. Os princípios morais de honestidade de um homem tem como guardião o nome da família que lhe deu uma formação digna. Já dizia um velho agricultor: “se o homem desonesto soubesse das vantagens de um honesto, deixaria de ser desonesto e iria ser honesto”.

3. LEI DOS 5 PÊS:

- a) Pessoa
- b) Produto
- c) Preço
- d) Ponto
- e) Propaganda

a) Pessoa

O bom atendimento ao cliente é fator preponderante na comercialização, por isso, o funcionário deve atender o cliente com profissionalismo, sem bajulação, com respeito, rapidez e conhecimento do assunto. O cliente ao entrar no estabelecimento, curioso, deverá ficar a par de todas as qualidades dos produtos. As degustações devem ser acompanhadas das informações sobre a composição e detalhes da fabricação do produto. Satisfeito, o cliente não só se tornará um comprador assíduo, como também fará boa propaganda do produto. O funcionário deverá passar uma imagem de confiabilidade, não só do produto, mas de toda a empresa.

b) Produto

A qualidade do produto afeta diretamente o sucesso do negócio. Costumo dizer que, se um cliente comer um queijo bovino ruim, o queijeiro é quem não presta, entretanto se o mesmo cliente comer um queijo de búfalo ruim, a culpa cairá sobre



o búfalo. Portanto, aconselho a só abrir um negócio, quando se souber fazer bons produtos.

c) Preço

Diferente do que muita gente pensa, o preço não é o principal fator de vendas. Situado em terceiro lugar pelos especialistas no assunto, o preço está diretamente ligado à clientela. Os produtos de búfalos são mais apreciados pelas classes média e alta, que conhecem os produtos e os compram pela qualidade e bom atendimento.

d) Ponto

O ponto de venda deverá se situar onde a clientela alvo tem acesso fácil, com bom estacionamento e conforto.

e) Propaganda

Sendo o búfalo um produto novo no mercado, necessário se faz o uso da mídia como meio de divulgação do produto. A aceitação do mesmo é uma questão cultural, há preferência das classes média e alta, conforme mencionado anteriormente. Esta faixa, por ter o privilégio de ser mais esclarecida, deverá ser o alvo de suas vendas. Algumas sugestões de propaganda:

- ✓ Folders mostrando as qualidades LIGHT da carne e do leite das búfalas, degustações e bom atendimento, contribuirão com o sucesso do estabelecimento.
- ✓ E-mails a cardiologistas, nutricionistas e alergistas, com tabelas comparativas entre a carne e o leite de búfala e da vaca bovina, mostrando a fonte da informação.
- ✓ A venda de queijos e carnes de búfalos nas churrascarias e restaurantes é também um excelente meio de divulgação do produto.

4. ESTACIONALIDADE REPRODUTIVA

A quebra da estacionalidade reprodutiva, que já é realidade entre alguns bubalinocultores, vem contribuir em muito com a comercialização. Todos sabem que a comercialização, principalmente de um produto novo no mercado, como é o caso do búfalo, não se faz com facilidade, antes se conquista lentamente, com muito trabalho e dedicação. O mercado exige um fornecimento constante e crescente do produto, à medida que se vai conhecendo o mesmo. A periodicidade



no fornecimento de produtos, provocado pela estacionalidade reprodutiva das búfalas, é um risco, leva a uma insatisfação dos consumidores e consequentemente, a uma diminuição no consumo.

CONSIDERAÇÕES SOBRE PRODUTOS DERIVADOS DO BÚFALO QUE DISPOMOS NA NOSSA EMPRESA

O leite é de excelente qualidade, com alto teor de gordura e de proteína, o que proporciona à indústria um ótimo rendimento. Poderá ser consumido integral ou desnatado, sem causar nenhum distúrbio intestinal. Além do alto teor de caseína, o leite de búfala, contém também alto teor de cálcio e vitamina A. O leite de búfala é hoje aconselhado por médicos alergologistas por não causar distúrbios alérgicos (à semelhança do leite de cabra). O pH do leite de búfala é próximo do leite de vaca, porém com acidez titulável (em graus Dornic), ligeiramente superior devido ao fato do leite de búfala apresentar alto teor de caseína. O leite de búfala é totalmente branco, devido à ausência de pigmentação carotenoide.

PRODUTOS LÁCTEOS

- ✓ Queijo mozzarella em barra (grande e pequena)
- ✓ Bocconcinni (bolinhas imersas em soro)
- ✓ Requeijão em barra
- ✓ Minas frescal
- ✓ Minas meia cura
- ✓ Coalho
- ✓ Ricota natural
- ✓ Ricota com oregano
- ✓ Ricota com tomete seco
- ✓ Pastas ou patês de ricota
- ✓ Provolone sem defumar
- ✓ Provolone defumado
- ✓ Provolone cremoso
- ✓ Castano (novo queijo)
- ✓ Manta de mozzrella com tomate seco
- ✓ Creme de leite
- ✓ Mascarpone
- ✓ Requeijão cremoso
- ✓ Bebida láctea
- ✓ Manteiga
- ✓ Manteiga de garrafa
- ✓ Doce de leite
- ✓ Flor da castanha



PRODUTOS CÁRNEOS

- ✓ Carne fresca
- ✓ Carne de sol
- ✓ Carne de sol desfiada
- ✓ Costela assada
- ✓ Costela fiorentina
- ✓ Tibone
- ✓ Espetinho temperado
- ✓ Linguiça com queijo
- ✓ Linguiça apimentada
- ✓ Mortadela
- ✓ Salaminho
- ✓ Hamburguer
- ✓ Língua defumada ao molho de tomate
- ✓ Filêto ao molho

“O entusiasmo pelo que fazemos e muito trabalho, nos dá a certeza do sucesso daquilo que pretendemos fazer”