



SABORES DA COPA DO MUNDO DA FIFA 2014

Como os produtos tipicamente brasileiros podem ganhar o mundo

O Brasil é um país de imensas proporções, formado por regiões e estados famosos pela rica biodiversidade e variedade em recursos naturais. Os sabores vêm da cultura dos nativos que aqui viviam e também da miscigenação cultural, através das tradições africana, portuguesa, espanhola, polonesa, italiana, alemã, holandesa, japonesa, libanesa, entre tantas outras. Isso forma uma riqueza única e multicultural na gastronomia.



Nossa história traz, desde o início da colonização até os dias de hoje, memórias e relatos da cultura alimentar brasileira, seu sabor, aroma e cor.



São diversos exemplos de categorias de alimentos típicos como: frutas, hortaliças, grãos, cereais, leguminosas, oleaginosas, sementes. O país conta ainda com receitas tradicionais contendo peixes, aves, entre outros animais típicos da fauna brasileira. Esse cenário de uma rica gastronomia cria ainda uma potencial forma de inserção desses ingredientes típicos em receitas, no cotidiano *gourmet* e em mercados especiais, agregando valor e incentivando o acesso a mercados em franco crescimento, como o da alimentação fora do lar, após a Copa do Mundo da FIFA 2014.

Empreendedor, esse Boletim abordará ingredientes e receitas tradicionalmente brasileiras com potencial de despertar o interesse dos consumidores perante a exclusividade e peculiaridade do sabor. Dessa forma, o leitor encontrará ideias de acesso a novos mercados e como utilizar os grandes eventos esportivos no Brasil para divulgar produtos e serviços relacionados.



Produtos e receitas brasileiríssimos

A cozinha é uma ferramenta de transformação, não somente de ingredientes, mas também do homem e da sociedade. Dessa forma, a estruturação da produção e comercialização de alimentos genuinamente brasileiros pode alavancar benefícios econômicos, sociais e ambientais

/Produtos tradicionais

Para o chef de cozinha, Alex Atala, proprietário do reconhecido restaurante **D.O.M.**, é preciso agir em toda a cadeia de valor, fortalecendo os territórios, a partir da biodiversidade, agrobiodiversidade e sociodiversidade, possibilitando ao consumidor adquirir um alimento bom para todos e para o meio ambiente.

Tendo como objetivo principal aumentar a visibilidade do ingrediente, para a gastronomia, o maior desafio no setor é fazer com que o produtor torne-se protagonista e seja o elo principal desse setor.

Exemplos como:



MEL NATIVO: RECONHECIDO PELA QUALIDADE E ORIUNDO DE ESPÉCIES NATIVAS DA NOSSA FLORESTA. CADA ESPÉCIE DE ABELHAS PRODUZ UM MEL CARACTERÍSTICO, COM SABOR, COR E CHEIRO MARCANTE. DE SUMA IMPORTÂNCIA PARA A PRESERVAÇÃO E AMPLIAÇÃO DA BIODIVERSIDADE E CONSEQUENTEMENTE AUMENTO E RECOMPOSIÇÃO DE FAIXAS DE FLORESTA. EM GRANDE PARTE, AS ESPÉCIES NATIVAS APRESENTAM TAMANHO PEQUENO, DESSA FORMA O TRABALHO DE PRODUÇÃO É BASTANTE LENTO, EXIGINDO PACIÊNCIA DO MELIPONICULTOR (PRODUTOR DE ABELHAS NATIVAS) E TORNANDO O PRODUTO UMA IGUARIA. RECENTEMENTE FOI CONSIDERADO COMO UM PRODUTO DE ESPECIAL INTERESSE DO MOVIMENTO **SLOW FOOD**, SENDO APRECIADO POR **CHEFS** RENOMADOS DE COZINHA E INCLUSO EM RECEITAS DOCES E SALGADAS.



ALGAS: UMA RIQUEZA AMBIENTAL POUCO EXPLORADA E COM IMENSO SABOR E POSSIBILIDADE CULINÁRIA. RECONHECIDAS COMO FONTES DE SAIS MINEIRAS, VITAMINAS E PROTEÍNAS ESTÃO AS ALGAS VERMELHAS (RHODOPHYTA) E AS PARDAS (PHAEOPHYTA), QUE SÃO ENCONTRADAS NO AMBIENTE MARINHO E TAMBÉM JÁ PRODUZIDAS EM VIVEIROS COMERCIAIS. SUA UTILIZAÇÃO MAIS COMUM ESTÁ NA COZINHA JAPONESA (NORI) NO PREPARO DO SUSHI. OUTRO EXEMPLO SÃO A KOMBU E O WAKAME, DUAS ALGAS UTILIZADAS NO PREPARO DE SOPAS, CARNES E MOLHOS.



BAUNILHA DO CERRADO: UMA PLANTA AINDA SELVAGEM, NÃO DOMESTICADA COM SABOR INCOMPARÁVEL, TRATA-SE DE UMA PLANTA ROBUSTA, COM ODOR BASTANTE CARACTERÍSTICO E TAMANHO AVANTAJADO. SENDO UMA IMPORTANTE POSSIBILIDADE DE CULTURA NA DIVERSIFICAÇÃO DA RENDA DA POPULAÇÃO LOCAL.

MANDIOCA: RAIZ FUNDAMENTAL PARA A COZINHA BRASILEIRA E QUE CONTA COM UMA IMENSA DIVERSIDADE E CAPACIDADE DE EXPLORAÇÃO NA COZINHA, PORÉM CARENTE DE VALORIZAÇÃO E EXPLORAÇÃO DIANTE DE TANTA POTENCIALIDADE. DICA! CONFIRA O **BOLETIM** PUBLICADO SOBRE O TEMA NO PORTAL SEBRAE 2014.





Como potencializar as oportunidades

Esses são alguns exemplos de ingredientes típicos brasileiros com imenso potencial para acesso a novos mercados. Porém, cada produto em determinada região do Brasil possui peculiar potencial e valorização, dessa forma, algumas ações recomendadas para esses produtores são:



- PROMOVA, POR MEIO DE **AÇÕES DE MARKETING** DIRIGIDAS AOS CONSUMIDORES EM POTENCIAL, SEUS PRODUTOS DE QUALIDADE SUPERIOR.
- APOIE PRODUTORES E ASSOCIAÇÕES REPRESENTATIVAS, BUSCANDO COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO ORGANIZADAS, ALÉM DISSO, PARTICIPE DE ASSOCIAÇÕES, CURSOS, FEIRAS E FESTAS LOCAIS.
- PARA ACESSAR O MERCADO É PRECISO PRODUÇÃO CONSTANTE, MANTENDO QUALIDADE E PADRONIZAÇÃO NAS ENTREGAS.
DICA! CONFIRA A **RESPOSTA TÉCNICA** PUBLICADA SOBRE O TEMA NO PORTAL SEBRAE 2014.
- ALIE A PRODUÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE, DIVULGANDO ATRAVÉS DO ECOMARKETING.
- PROMOVA A APROXIMAÇÃO ENTRE O PRODUTO E OS CONSUMIDORES SEMPRE QUE POSSÍVEL, MANTENDO A RELAÇÃO DIRETA ENTRE O PRODUTOR E O CONSUMIDOR FINAL.
- ORGANIZE AÇÕES CONJUNTAS COM **CHEFS** DE COZINHA, INCLUINDO O INGREDIENTE EM RECEITAS EXCLUSIVAS, MAS TAMBÉM EM RECEITAS CONHECIDAS E INCLUSAS NA CULINÁRIA TRADICIONAL.
- LEMBRE-SE QUE O PRODUTOR TEM A RESPONSABILIDADE DE TRABALHAR A TERRA E PRODUIR OS ALIMENTOS, JÁ OS **CHEFS** SELECIONAM OS PRODUTOS E PRODUTORES QUE SERÃO OS FORNECEDORES. ASSIM, ESSA PARCERIA DEVE SER CONSTANTEMENTE EXPLORADA E APRESENTAR UMA RELAÇÃO GANHA-GANHA (BILATERAL).
- ORGANIZE VISITAS GUIADAS NO LOCAL DE PRODUÇÃO, INCENTIVANDO OS CONSUMIDORES LOCAIS A CONHECER TODO O PROCESSO DE PRODUÇÃO E O MANEJO ADOTADO.

Caso de sucesso

Para **Francisco Ruzene**, o Chicão, filho e neto de produtores no Vale do Paraíba (SP), um ingrediente alterou seu mercado. Produtor de arroz agulhinha, o mais consumido pelos brasileiros, ele apostou na produção de um tipo quase desconhecido no Brasil, o arroz preto. Foi durante uma feira de alimentos em São Paulo, em 2006, que o produtor enviou uma amostra a um consultor de gastronomia, e no dia seguinte recebeu um e-mail do *chef* Alex Atala “Experimentei, gostei do sabor, da qualidade e de saber que era produzido por um pequeno produtor”, afirma Atala.



FONTE: ARROZ RUZENE. DISPONÍVEL EM: GOO.GL/WY6WFN. ACESSO EM: 23 DE JULHO DE 2014.



Após um encontro, ambos fecharam a parceira, surgindo o arroz especial Ruzene, que hoje conta com cultivares como arborio integral, basmati, miniarroz e o selvagem.

Ruzene afirma que “Não sabia quem ele era, quando fui pesquisar, percebi que ele era o cara que poderia me ajudar”. Ainda segundo ele, “O produtor rural é muito tradicional. Para ele, mudar de variedade é muito difícil. Ele espera o vizinho plantar para ver se vai dar certo.”



Receitas tradicionais

São receitas típicas culturais e históricas, com grande potencial de acesso aos turistas durante e após os megaeventos esportivos no Brasil. Por meio delas é possível conhecer belas histórias e dimensão territorial, formado por diferentes biomas e bases culturais. Para isso é necessário dividir o grande Brasil por meio de seus biomas, demonstrados a seguir, com alguns exemplos de nossa rica culinária, seus ingredientes e receitas típicas:

	 FORMADO POR	 PRINCIPAIS INGREDIENTES	 RECEITAS TÍPICAS
Amazônia	ACRE, AMAPÁ, AMAZONAS, PARÁ, RORAIMA, RONDÔNIA E PARCIALMENTE O MATO GROSSO (54%), MARANHÃO (34%) E TOCANTINS (9%)	MANDIOCA, CUPUAÇU, PIRARUCU, URUCUM (AÇAFRÃO BRASILEIRO), JAMBÚ, GUARANÁ, AÇAÍ, TUCUNARÉ, CASTANHA-DO-PARÁ, TUCUPI, FARINHAS, QUEIJO DO MARAJÓ, PIMENTAS E FEIJÕES NATIVOS	O PATO NO TUCUPI, TACACÁ (CALDO QUENTE SERVIDO COM TUCUPI, CAMARÃO SECO, JAMBÚ E GOMA DE TAPIOCA), MANIÇOBA (A FEIJOADA PARAENSE - FOLHAS DA MANDIOCA COZIDAS POR SETE DIAS E SERVIDAS COM CARNE SUÍNA) E O PIRARUCU DE CASACA (PESCADO COM FARINHA)
Caatinga	CEARÁ E PARCIALMENTE O RIO GRANDE DO NORTE (95%), PARAÍBA (92%), PERNAMBUCO (83%), PIAUÍ (63%), BAHIA (54%), SERGIPE (49%), ALAGOAS (48%) E MARANHÃO (1%)	FEIJÃO-FRADINHO, MANDIOCA, MILHO, MANTEIGA-DE-GARRAFA, ABÓBORAS, QUEIJO DE COALHO, QUEIJO MANTEIGA, REQUEIJÃO DO SERTÃO, CARNES CURADAS, RAPADURA, MEL DE ENGENHO, CASTANHA DE CAJU, FRUTAS, CARNES DE OVINOS, CAPRINOS E BOVINOS, ARROZ, FEIJÕES, FARINHAS	A BUCHADA DE BODE, CARNE DE SOL COM PIRÃO DE QUEIJO COALHO, PAÇOCA DE CARNE SECA, BAIÃO DE DOIS, CANJICA, PAMONHA, BOLOS, ESCONDIDINHO, TAPIOCA E CALDO DE MOCOTÓ
Cerrado	DISTRITO FEDERAL, GOIÁS (97%), TOCANTINS (91%), MARANHÃO (65%), MATO GROSSO DO SUL (61%) E MINAS GERAIS (57%)	PEQUI, COUVE, QUIABO, MANDIOCA, CARNES CURADAS, CARNE SUÍNA E BOVINA, MILHO, FRUTAS, PIMENTAS, FARINHAS, ARROZ, FEIJÕES, CACHAÇA E O BARU	ARROZ COM PEQUI, PICADINHO COM QUIABO, EMPADÃO GOIANO, VACA ATOLADA (PRATO PREPARADO À BASE DE COSTELA BOVINA E MANDIOCA), FEIJÃO TROPEIRO MINEIRO, FRANGO COM QUIABO, REFOGADO DE MILHO VERDE, TUTU DE FEIJÃO E O TORRESMO



Pantanal	ABRANGE 25% DO MATO GROSSO DO SUL E 7% DO MATO GROSSO	CARNE DE JACARÉ, BOVINA E CAPRINA, MANDIOCA, PESCADOS E FRUTAS	O CARIBÉU (REFOGADO DE CARNE SECA E MANDIOCA), CHIPA FRITA (BOLINHO FRITO DE QUEIJO CURADO E POLVILHO), FURRUNDU (DOCE DE MAMÃO VERDE E RAPADURA), PACU ASSADO E O AFAMADO CALDO DE PIRANHA
Mata Atlântica	ESPÍRITO SANTO, RIO DE JANEIRO, SANTA CATARINA E PARCIALMENTE O PARANÁ E SÃO PAULO	ARROZ, FEIJÃO, CARNES CURADAS, PALMITO, MANDIOCA, BATATA, POLVILHO, FRUTAS, CACHAÇA, EMBUTIDOS, PESCADOS DE RIO E MAR, MARISCOS, CARNE BOVINA, CAPRINA E OVINA	CAMARÃO NA MORANGA, VIRADO PAULISTA, MOQUECA CAPIXABA, FEIJOADA, PICADINHO, BOLINHO DE ARROZ, BRIGADEIRO, ROSCA DE POLVILHO, CUÇA DE FAROFA, AIPIM FRITO, RABADA, RISOTO E BARREADO (CARNES BOVINAS COM OUTROS INGREDIENTES PREPARADAS EM UMA PANELA DE BARRO)
Pampa	63% DO RIO GRANDE DO SUL	CARNE BOVINA, OVINA E CAPRINA, FARINHA DE MILHO, CHARQUE, PINHÃO E ERVA-MATE	SOPA DE CAPELETTI, GALETO ASSADO, CHURRASCO, FARINHA DE PINHÃO, SAGU AO VINHO TINTO E O ARROZ CARRETEIRO

Somos reconhecidos pela tradicional feijoada, pela cachaça e pelo queijo minas, pelo churrasco, pela diversidade de frutas (matéria-prima de sorvetes e sucos), peixes, pratos tropeiros e inúmeras outras culinárias tradicionais. Todas aliadas a uma história, geografia, diversidade e religião.

Os grandes eventos esportivos do Brasil, como as Olimpíadas 2016, demonstram uma grande oportunidade de acessar novos mercados e sabores do Brasil, divulgando produtos e pratos a brasileiros, estrangeiros, turistas ou jornalistas, ou seja, apresentar o Brasil de diversas formas e sabores.





1. As indicações geográficas apresentam grande potencial de valorização, reconhecimento e proteção de produtos e receitas típicas. Acesse a cartilha [Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade](#) do Sebrae contendo mais informações.
2. Fique sempre atento às oportunidades, ideias e novos mercados que surgem a todo momento. É importante ler revistas especializadas no setor e participar de eventos, feiras locais e festivais gastronômicos.
3. A alta gastronomia traz uma grande oportunidade de mercado para os produtores, portanto, busque o [Sebrae](#) mais próximo para auxiliá-lo na [pesquisa de mercado](#) e na estratégia de aproximação dos clientes em potencial.
4. A forma preferida dos *chefs* de cozinha e do consumidor final é adquirir esse tipo de produto direto do fornecedor. Dessa forma, esteja sempre próximo aos potenciais clientes, através de visitas periódicas, [sites](#), [mídias sociais](#) e [eventos do setor](#).
5. Feiras e *workshops*, de gastronomia e da sua área de atuação, são grandes oportunidades de relacionamento com demais produtores, empresas de pesquisa e consumidores. Participe dessas feiras e amplie seus contatos. Acesse o Boletim com o tema [Feira e eventos](#) e construa sua agenda.
6. A informalidade é um dos problemas que mais atrapalham as propriedades, portanto, busque formalizar sua propriedade como fornecedora desse serviço. Para compreender as modalidades e exigências, procure auxílio no Sebrae de seu estado.



Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!

 **PARTICIPAR**

SEBRAE

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UAGRO – Unidade de Atendimento Coletivo – Agronegócio
Conteúdo: Jardel José Busarello

