



O FUTURO AÇOUGUE

E-BOOK



TERRITÓRIO
DA CARNE

FICHA TÉCNICA

Este curso é uma produção em parceria do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo – Sebrae/SP e o Território da Carne.

Março de 2022 ©

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada deste material, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n. 9.610).

Informações e Contatos

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo – Sebrae/SP Unidade Gestão de Soluções e Transformação Digital
Rua Vergueiro, 1117 – Paraíso – CEP 01504-001 São Paulo – SP Telefone: (11) 3177-4806
www.sebraesp.com.br

Sebrae/SP

Presidente do Conselho Deliberativo
Tirso de Salles Meirelles

Diretor-Superintendente
Wilson Martins Poit

Diretor Técnico
Ivan Hussni

Diretor de Administração e Finanças
Guilherme Campos Júnior

Unidade Gestão de Soluções e Transformação Digital

Gerente

Adriana de Barros Rebecchi

Coordenação

André Luis Moretto

Gestão do portfólio

Roberta de Lima Shmidt

Simone Rebouças Bryk

Gestão do Projeto de Desenvolvimento

Claudia A. Gonçalves Brum

Gestão Educacional

Claudia A. Gonçalves Brum

Gestão do Conteúdo

Andrea Mesquita

Claudia A. Gonçalves Brum

Conteudista/Elaboração

Andrea Mesquita

Equipe principal do DOT Digital Group

Coordenador geral

Breno Vicente Menzieiro

Coordenador educacional

Simone Soares Haas Carminatti

Designer instrucional

Luciana Maria Martins

Designer gráfica

Rebecca Marins Corrêa de Souza

Programador multimídia
Jeferson Koslowski

Diretor de videoaulas
Luís Fernando Palermo

Produtora e editora de videoaulas
Priscilla Maria de Andrade

Equipe de apoio

Coordenadora Geral Adjunta
Jeritza Lorraine Warmling de Souza

Consultora educacional
Carolina Schmitt Nunes

Analista educacional
Débora Vieira

Designer educacional
Fernanda Gaona de Oliveira

Gestora de Projeto
Bianca Bataglioni

Designer instrucional
Angélica Kanô
Andréia Juliane Drula

Designer multimídia
Fábio Magri Afonso

Gestor de negócios
Cassiano Niehues Bet

SUMÁRIO

Você conhece o Futuro Açougue?	6
Tema 1 - Carne rastreada, embalada e classificada em microlote	9
Tema 2 - Incentivo a compras de viagem ativa e <i>delivery</i> baixo carbono.....	13
Tema 3 - Uso de energia de fontes renováveis	17
Tema 4 - Embalagens recicláveis e retornáveis	21
Tema 5 - Crédito de carbono	25
Tema 6 - Meios de pagamento alternativos.....	29
Tema 7 - Certificação de processos e produtos	32
Tema 8 - Aluguel de utensílios para cozinha e churrasco.....	36
Tema 9 - Presença nas redes sociais digitais	38
Tema 10 - Volta ao campo com a máxima qualidade sanitária	41
Encerramento.....	43
Referências.....	46

VOCÊ CONHECE O FUTURO AÇOUGUE?

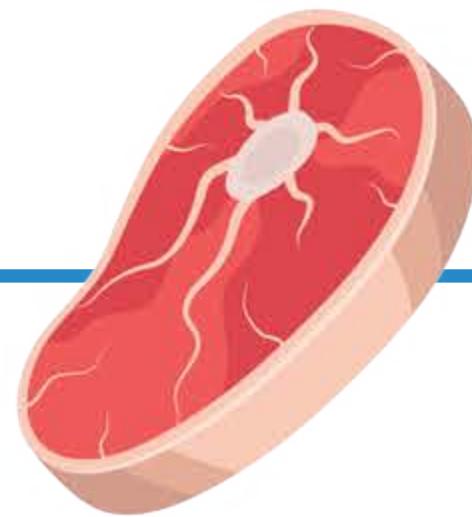
Não se pode negar: o consumidor mudou. Com isso, seus hábitos e comportamentos de compra também estão mudando à cada dia.



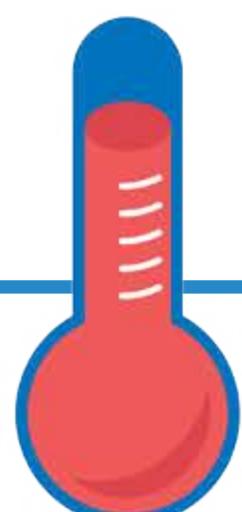
Além de mais curiosa, exigente e consciente, a pessoa consumidora busca se sentir parte das soluções, entre elas a de transformar o mundo em um lugar melhor para que possa viver com os seus.

Sabendo disso, o açougue - da forma tradicional que se conhece – está com seus dias contados.

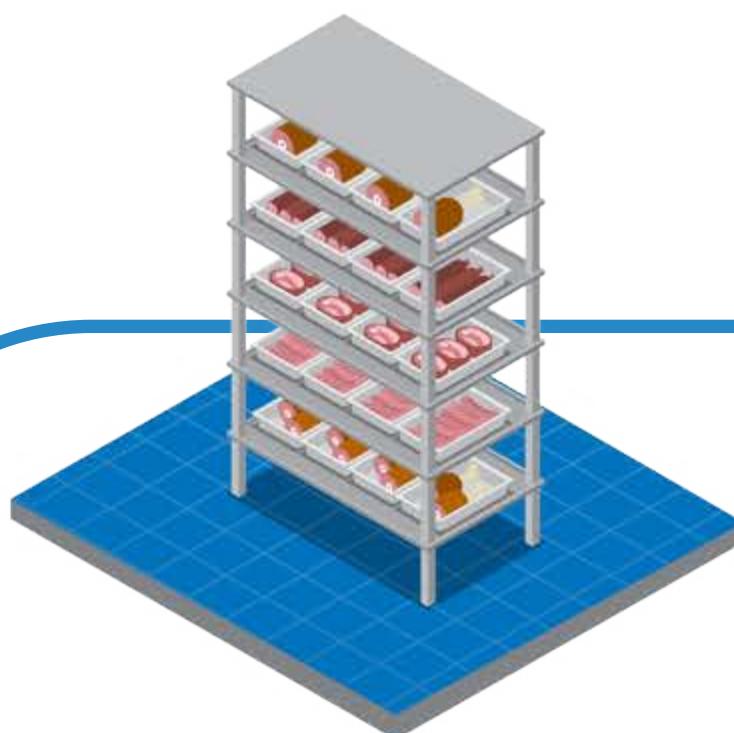
Existem alguns fatos que devem ser eliminados na rotina do comerciante que pretende atuar no açougue do futuro, por exemplo:



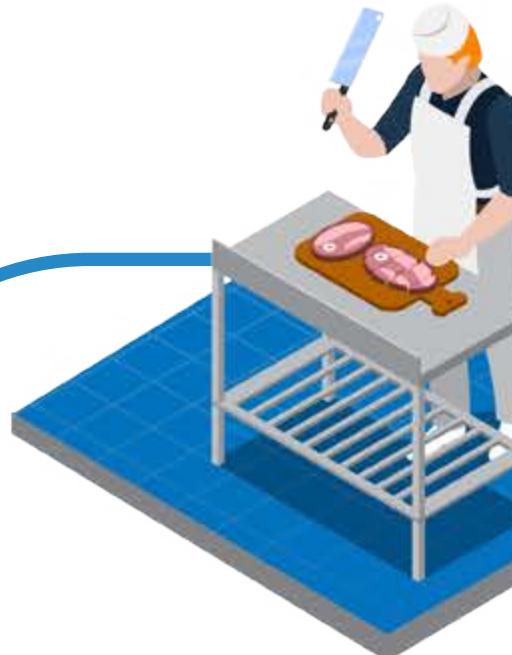
Não saber ao certo a origem de sua carne



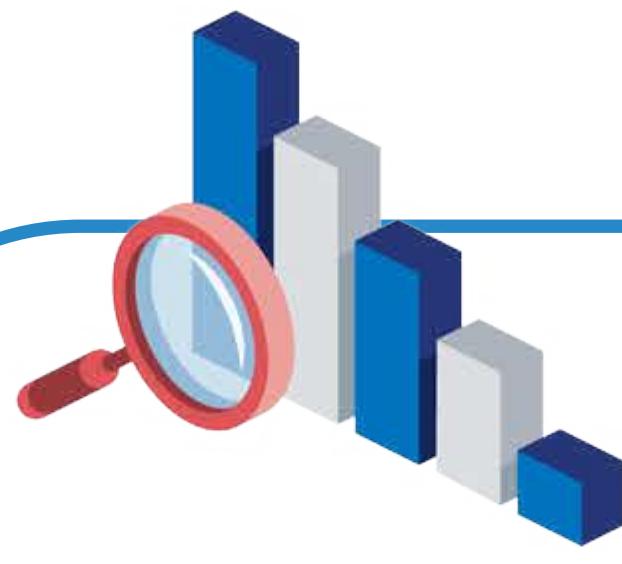
Manipular os cortes sem controle de temperatura



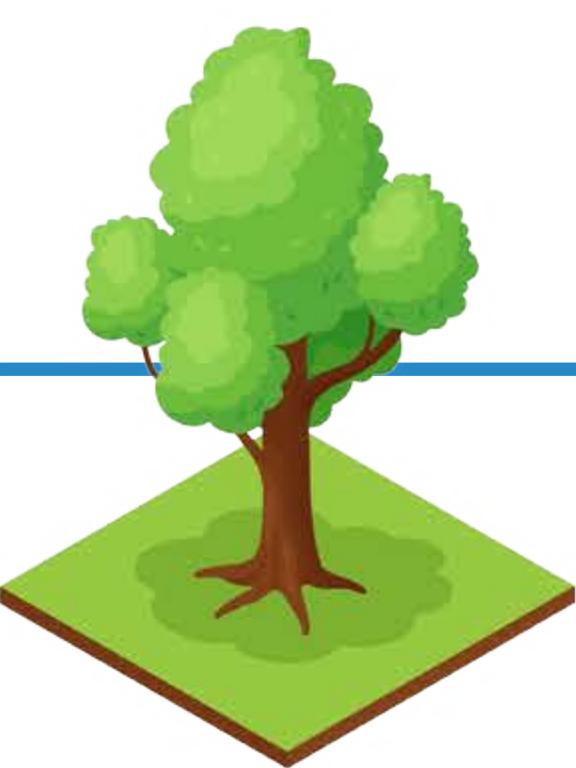
Ter o estoque desorganizado



Açougueiros não treinados



Desconhecer seus indicadores de perdas, quebras e desperdícios



Desrespeitar práticas que preconizam a responsabilidade ambiental

E esses são só alguns pontos.

Foi pensando nisso e em mais uma porção de indícios de movimentação de mercado que foram reunidas neste e-book as principais características do **Futuro Açougue**.

Você verá em dez tópicos o que precisa estar no radar de quem busca se diferenciar neste mercado e também quer fidelizar seu público-alvo.

Apesar de não poder perder de vista o foco no atendimento ao cliente, a idealização do Futuro Açougue tem como premissa **a melhor gestão do comércio**, com destaque para:

- a redução de perdas que resultam diretamente no desperdício de alimentos;
- o controle de resíduos;
- as práticas para mitigação de carbono.



Outro ponto é o compromisso em conscientizar a pessoa consumidora sobre a importância de ter um melhor consumo e proveito da proteína de origem animal.

E isso, inclusive, sobre o correto descarte dos resíduos, possibilitando o acesso de soluções mais sustentáveis, tanto fora como dentro das fazendas.

TEMA 1

CARNE RASTREADA, EMBALADA E CLASSIFICADA EM MICROLOTE



Comercialização de carne identificada em lotes e microlotes, preferencialmente aquelas provenientes de propriedades rurais que adotam práticas de baixo carbono ou carbono neutro. Cuidado com rastreamento desde a origem e identificação no rótulo. Transparência sobre criação e abate, promovendo crescimento de propriedades rurais e frigoríficos locais, responsabilidade ambiental, social e econômica.

Um dos objetivos do Futuro Açougue é ser incentivador da **formalização do comerciante legal**.

Essa pessoa se importa com o controle rigoroso de originação da carne, mediante nota fiscal e rastreabilidade das áreas de criação e abate dos animais.

Isso proporciona um mercado mais ético, incentivando o crescimento de propriedades rurais e abatedouros frigoríficos que tenham responsabilidade ambiental, social e econômica.

Assim como acontece cada vez mais com as culturas produtoras de café e vinho, o Futuro Açougue também procura comercializar proteína de origem animal em microlotes, ou seja, em pequenas porções do produto, que atendem a alguns critérios de qualidade e padrão cuidadosamente analisados, entre eles local de origem, tempo de maturação, sabor e uniformidade, com identificação detalhada no rótulo.



Entre os critérios de maior pontuação desses microlotes estão o respeito ao bem-estar animal, a responsabilidade ambiental e ética, com destaque para as criações de baixo carbono ou carbono neutro. Também devem ser rastreados desde o produtor do alimento, com controle rigoroso de origem.

No rótulo externo, o cliente deve ter a garantia de poder identificar as indicações de conservação e método de preparo.



Assim, haverá transparência e facilitação na comunicação do produto ao consumidor final, inclusive referente às áreas de criação e abate dos animais, o que resulta um mercado mais limpo e justo.

Um dos resultados é o fortalecimento de propriedades rurais e frigoríficos locais, proporcionando maior senso de responsabilidade ambiental, social e econômica.

•
•
•

TEMA 2

INCENTIVO A COMPRAS DE VIAGEM ATIVA E *DELIVERY* BAIXO CARBONO



Entregas exclusivamente de bicicleta, com roteirização inteligente, incentivo em bônus e/ou descontos para clientes que compram a pé ou com outros meios de transporte de baixo carbono.

De acordo com Brand et al. (2021), há uma redução de 30 vezes maior na emissão de gases poluentes quando as pessoas fazem seus deslocamentos a pé ou com bicicletas se comparado a sujeitos que fazem o mesmo trajeto com carros movidos a combustíveis fósseis.

E é nessa perspectiva que o Futuro Açougue traz como premissa, em suas operações de entrega, o uso de bicicletas e a roteirização inteligente.

E não para por aí.



Também pode haver o incentivo em forma de bonificações, programas de fidelidade e/ou descontos para clientes que compram a pé, de bicicleta ou outros meios de transporte de menor impacto ambiental, como patinetes elétricos, por exemplo.

Lembre-se de que os carros elétricos podem ser uma possibilidade entre os meios de transportes alternativos, comparados aos automóveis que utilizam como energia gasolina, etanol ou diesel. Ainda assim, o deslocamento a pé ou por bicicletas é considerado mais sustentável.

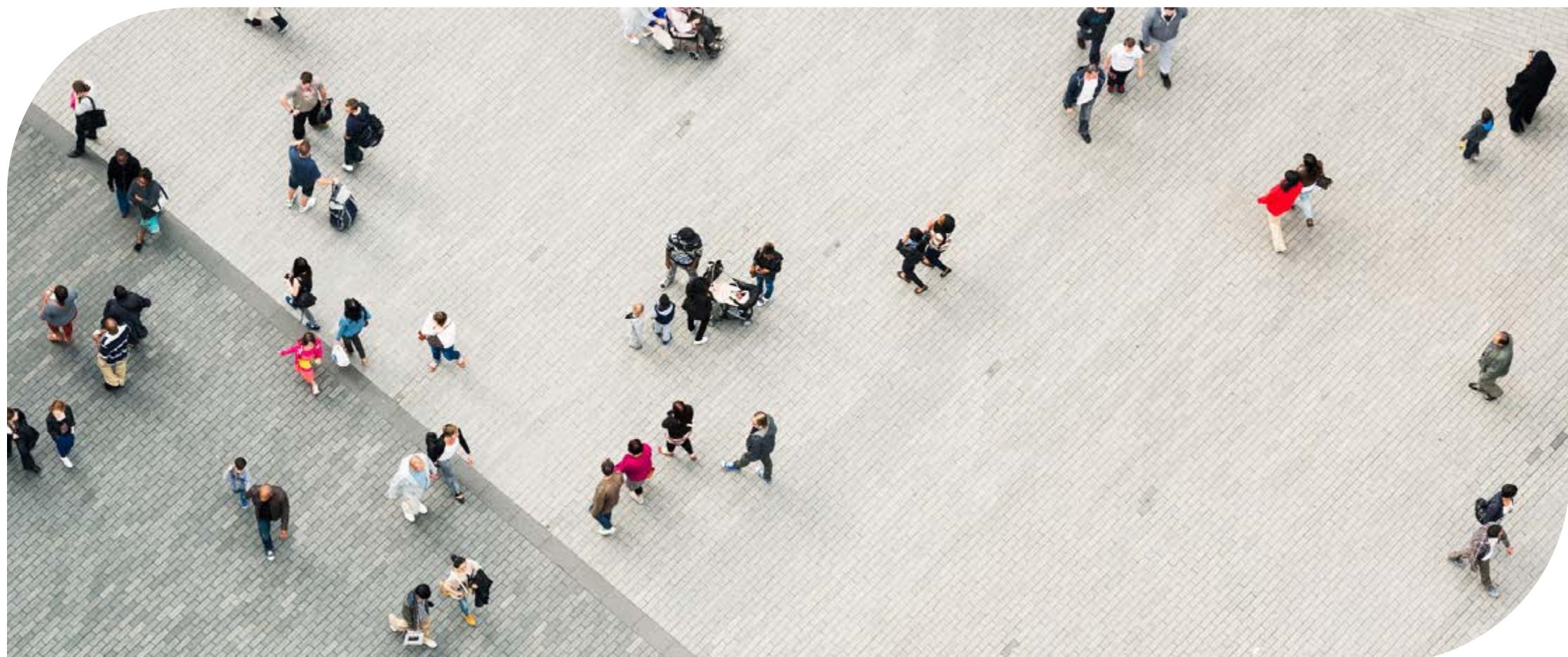


O tempo de transição para o uso maciço dos carros elétricos é bem considerável. Também há o alerta de que sozinhos esses automóveis estão longe de garantir que se reduza o impacto ambiental que o mundo necessita.

Cristian Brand, físico e pesquisador da Universidade de Oxford, atenta, inclusive, ao fato de que os carros elétricos precisam muito ainda de melhorias para serem exemplos completos de transportes sustentáveis.

“ Carros elétricos não são verdadeiramente carbono zero. A mineração dos materiais para suas baterias, a fabricação dos veículos e a geração da eletricidade de que eles necessitam produzem emissões (BRAND, 2021, p. 1). ”

Por isso que Brand (2021) considera que viagens ativas, por meio de caminhadas, bicicletas e outros meios elétricos podem ser alternativas para reduzir as emissões dos transportes de forma mais rápida.

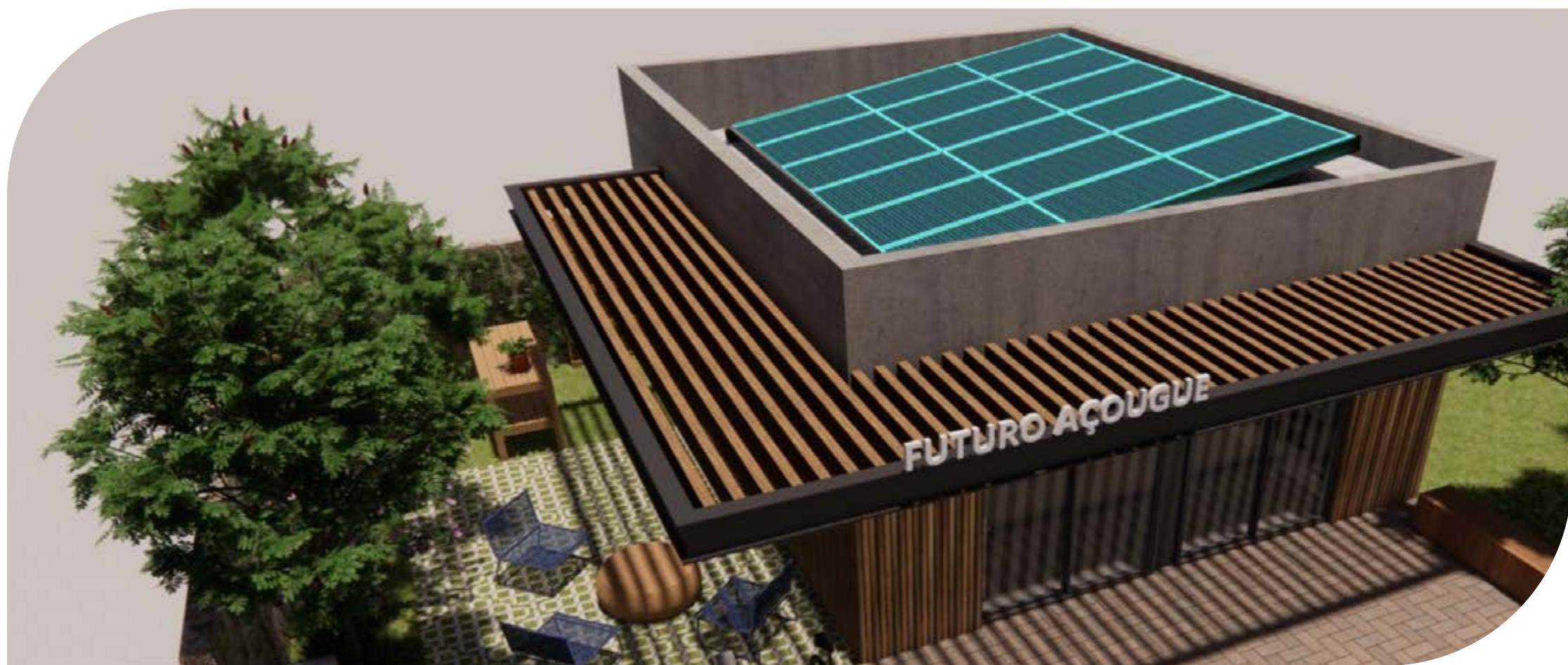


Afinal, os deslocamentos feitos a pé, de bicicleta ou patinete são mais saudáveis para as pessoas, melhores para o meio ambiente e economicamente mais interessantes. Além disso, num contexto de congestionamento, fazer um deslocamento a pé pode ser mais rápido que qualquer carro ou moto.

Assim, o Futuro Açougue preocupa-se em utilizar esses meios de transportes alternativos para entregas, inclusive considerando a localização da escolha de seu ponto comercial.

TEMA 3

USO DE ENERGIA DE FONTES RENOVÁVEIS



Tem como principais fontes a energia fotovoltaica (na fazenda de produção, frigorífico e/ou na loja). Promove ações de conscientização aos clientes, como o “Moa sua própria carne”, bicicleta ou manopla para girar o moedor sem o uso de energia.

Considerando o modo de vida atual, as fontes de energias renováveis, mesmo sendo de fontes esgotáveis, são menos poluentes para o meio ambiente.



Cerca de 75% da demanda mundial de energia é abastecida com combustíveis fósseis, como carvão, petróleo e gás natural. Por serem compostos orgânicos, todos os combustíveis fósseis, quando queimados, liberam água e gás carbônico.

Sabendo dos impactos causados no ambiente por conta da produção e consumo de energia, é evidente que se deve ter uma utilização mais eficiente de energia, passando para o uso de fontes renováveis de energia, inclusive nos comércios varejistas de carne.



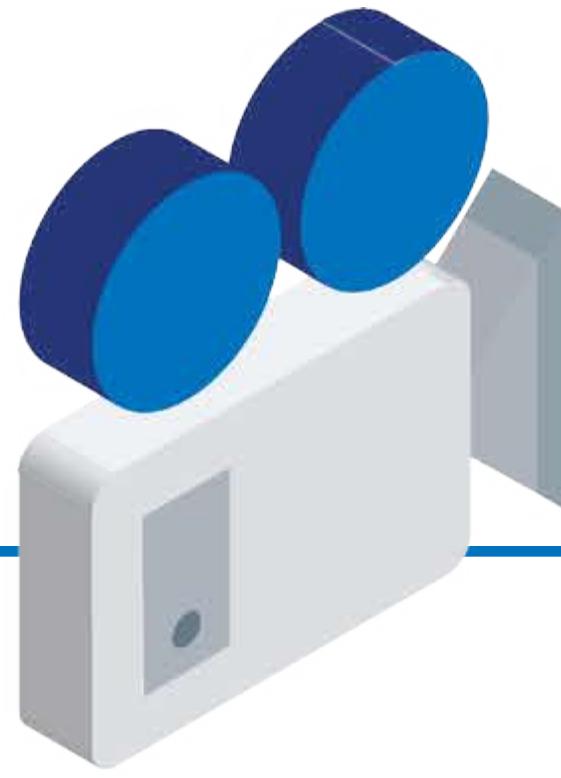
O Brasil, com suas hidrelétricas, uso do etanol e os baixos índices relativos de consumo de energia, está em uma posição mais confortável se comparado ao restante do mundo quando o assunto é uso de energia.

Pensando nisso, o Futuro Açougue, que se preocupa com o impacto ambiental, tem como principal meta **alterar o tipo de fonte energética**, seja na fazenda de produção, no frigorífico e/ou na loja, para a fotovoltaica (solar), a eólica e/ou a proveniente de biomassa, por exemplo.

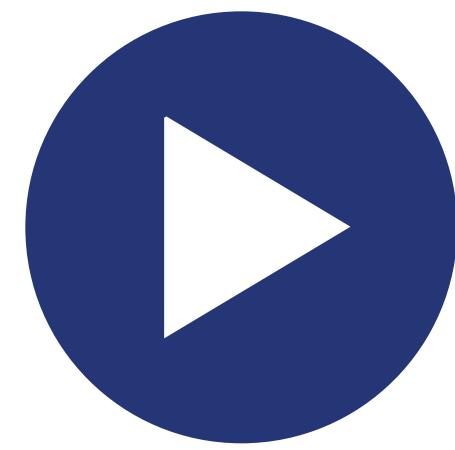


Um exemplo do uso da tecnologia moderna em prol da produção de energia renovável são as fazendas solares.

Se introduzidas desde o início dos processos, não só tornam a tecnologia eficiente, mas também eficaz na questão da sustentabilidade.



Assista ao vídeo [Energia Solar – Como funciona?](#) e entenda mais sobre o assunto!



Ademais, o Futuro Açougue tem papel importante na **conscientização**.

Essa configuração de açougue se preocupa em conscientizar seus clientes por meio do engajamento em diferentes ações, como o exemplo do “*Fatie/moa sua própria carne*”, que oferece bicicletas ou manoplas para girar o fatiador/moedor sem a necessidade do uso de energia elétrica.

De uma maneira ou outra, a partir da conscientização da utilização de energia renovável que o Futuro Açougue pode proporcionar com seus processos e para seu público-alvo, será possível potencializar a sustentabilidade.

TEMA 4

EMBALAGENS RECICLÁVEIS E RETORNÁVEIS



Incentiva o reaproveitamento doméstico das embalagens dos produtos. Caixa de transporte retornável ou reutilizável, coletas de papelão centralizadas ou retirada pelos clientes na loja, com incentivo de créditos em vouchers de carbono com base no peso/unidade para os que vierem de ecobikes ou a pé.

Já há algumas décadas o consumismo em excesso tem se tornado um problema para o mundo, e só em relação à quantidade. A falta de um consumo mais sustentável é o mais agravante.

É nesse ponto que a mudança deve acontecer na mentalidade dos fabricantes e consumidores.

Não é novidade que os resíduos do plástico causam grande poluição no meio ambiente e que isso afetará as futuras gerações.



Ainda que as empresas dependam desse material para suas produções, a mudança deve acontecer de imediato, principalmente no que diz respeito ao reúso e a substituir o plástico por outro material sustentável que possa ser utilizado em seu lugar.

Nessa direção, empresas que buscam a transformação da mentalidade de quem consome seus produtos sabem da necessidade de ter uma melhor eficiência ambiental a partir de diferentes ações.

Com isso, o conceito de logística reversa ou logística inversa surge.

A logística reversa é a garantia de conservar o meio ambiente a partir de procedimentos corretos de transporte, armazenamento e de descarte de resíduos.



Atualmente, uma empresa de sucesso não é só a que visa ao lucro, mas também a que está atenta aos aspectos ambientais e sociais.

Nisso, a logística reversa torna-se uma forma eficiente de colocar em prática seus princípios de sustentabilidade. Isso porque, a partir dela, é recuperado o valor dos produtos para que seus componentes sejam reutilizados ou tenham um destino ambientalmente correto no descarte.



Engajada na causa, a pessoa que gerencia o Futuro Açougue se preocupa com o tipo de embalagem utilizada nas carnes e nos demais produtos comercializados em sua loja.

Confira algumas iniciativas que quem tem um Futuro Açougue pode adotar:



Incentivo ao reaproveitamento doméstico ou de logística reversa com os resíduos dos produtos.

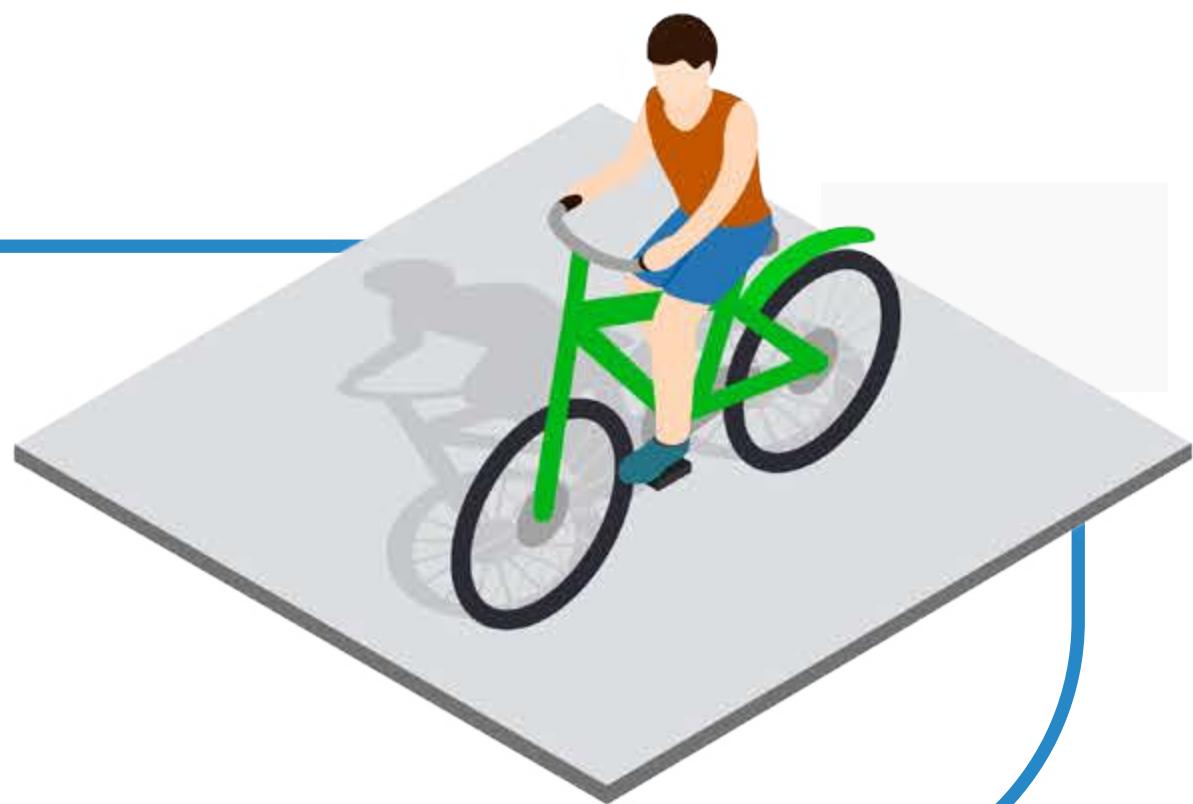


Tornar as caixas de transporte de produtos retornáveis ou reutilizáveis.

Coletas de papelão centralizadas.



Recompensa em créditos pela retirada com ecobikes.



Ter essas iniciativas faz do Futuro Açougue não só um negócio rentável e competitivo no mercado, mas também uma empresa que se preocupa em ter ações sustentáveis que impactem positivamente o meio ambiente.

TEMA 5

CRÉDITO DE CARBONO



O Futuro Açougue tem uma tabela de preço também em créditos de carbono, em que a compra de porções da carcaça, que tem muita oferta e pouca demanda, recebe maior pontuação, a fim de incentivar a compra do animal inteiro, reduzindo os desperdícios.

Quando se fala em diminuição da emissão de gases do efeito estufa, entra na pauta das discussões o **crédito de carbono**.

Essa é uma possibilidade de tornar o mercado de produção da carne parceiro na diminuição dos impactos ambientais por conta de seus processos.

Afinal, um crédito de carbono corresponde, em forma de representação, a uma tonelada de carbono que não foi emitida para a atmosfera.

Sobre a emissão de carbono, até os bovinos estão envolvidos nisso!



Apesar de não serem nem de perto os grandes responsáveis pela promoção do efeito estufa, os bovinos emitem carbono para a atmosfera por meio do processo de erupção, popularmente conhecido como “arroto do boi”, na forma de CO_2 e CH_4 .

Contudo, pouco se fala que os bovinos também depositam carbono no solo por meio da urina e das fezes. Esses compostos são ricos em nutrientes essenciais para promover o crescimento da microbiota do solo, assim como enriquecê-lo para que as raízes das plantas ali presentes tenham condições de aproveitar tais nutrientes para crescer.

Ou seja, os bovinos criados em sistema de pastejo, com cuidados de manejo durante a produção, contribuem mais positivamente para o ambiente do que o contrário.

Pensando em juntar o útil ao agradável, é possível transformar as emissões em negócio. Isso pode ser feito a partir do desenvolvimento de um plano de crédito de carbono. Ele tem como intuito compensar

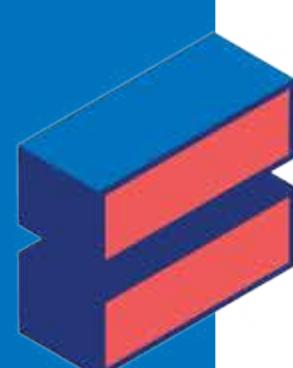
as emissões restantes na cadeia produtiva para alcançar emissões zero líquidas entre 2025-2050, sendo um dos compromissos dos empreendimentos do futuro.



Como conscientização e incentivo aos clientes, o Futuro Açougue atua também com uma tabela de preços em créditos de carbono.

Funciona assim:

Carcaças provenientes de propriedades neutras em emissão de carbono, principalmente aquelas porções que apresentam maior oferta e pouca demanda



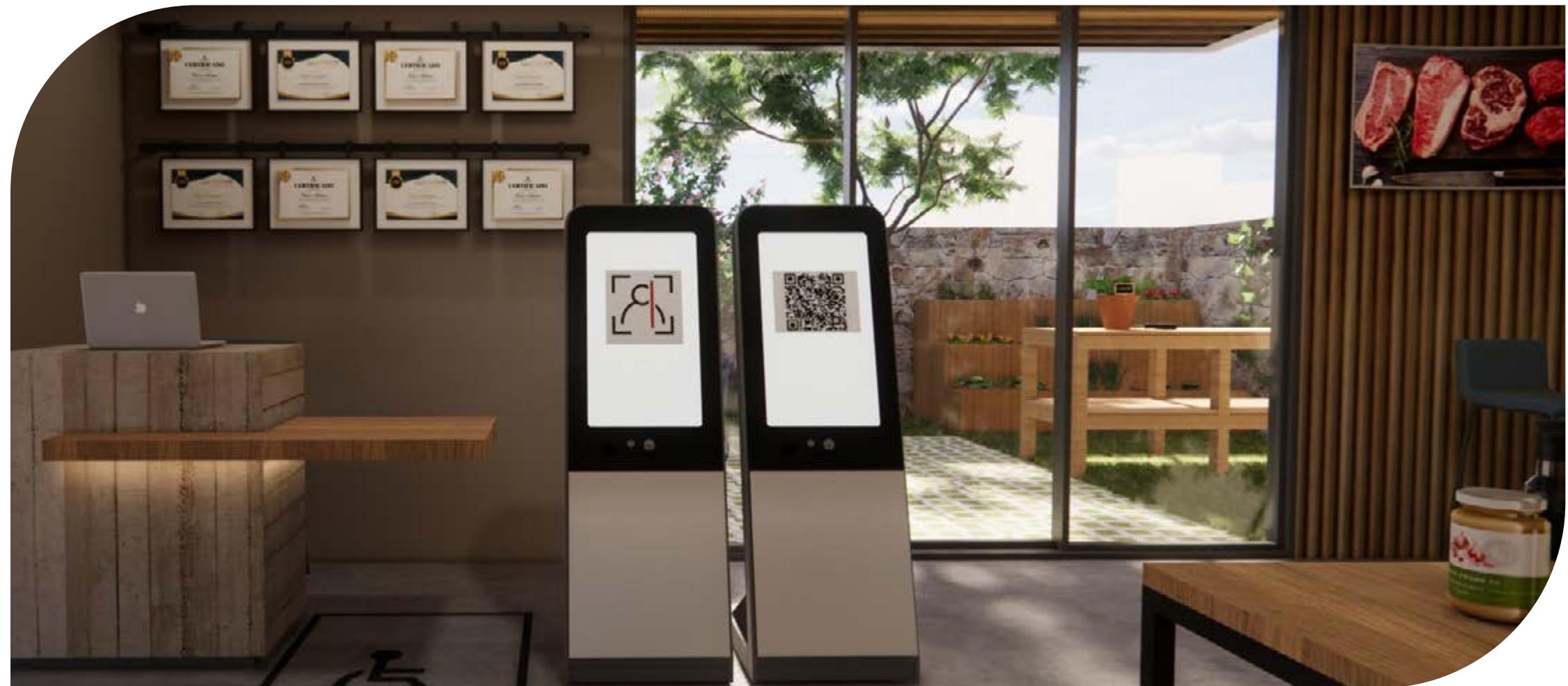
recebem maior pontuação no crédito

Essa iniciativa busca incentivar a comercialização do animal inteiro e equilibrar a agregação de valor ao produto.

Ao serem vendidos com maior agilidade, minimizam-se as perdas de qualidade, além de reduzir os desperdícios, que também contribuem negativamente para as emissões.

TEMA 6

MEIOS DE PAGAMENTO ALTERNATIVOS



Nem sempre o cliente pode estar com carteira ou dispositivos para o pagamento. Pensando nisso, o consumidor do Futuro Açougue poderá usar o reconhecimento facial, mediante ao saldo mensalmente abastecido em sua conta virtual de crédito.

Quem pensa em uma empresa moderna sabe que não pode se apegar à ideia do pagamento apenas com cartão ou dinheiro.



Compreendendo cada dia mais a rotina de sua clientela, no Futuro Açougue não faltarão opções para a aquisição dos produtos, podendo ser, por exemplo, via QR Code, link de pagamento, PIX, carteiras digitais, no relógio ou até mesmo criptomoedas.

Porém, para atender seu cliente na integralidade, a pessoa à frente do Futuro Açougue precisa estar disposta a ir além...



Esse tipo de comércio está preparado para realizar vendas em todas as situações, pois incentiva, valoriza e entende que, mesmo que seu cliente não esteja portando carteira ou qualquer dispositivo citado anteriormente, o bife do jantar está garantido!

A fim de resgatar o que acontecia nos mercadinhos de bairro de antigamente, no Futuro Açougue todo processo de compra é “cara a cara”, com pessoas interagindo e criando relacionamentos, em que o vendedor é também um consultor, indicando as melhores alternativas para cada situação que a pessoa compradora está vivendo, seja uma comemoração para família e amigos, seja uma refeição rotineira durante a semana.

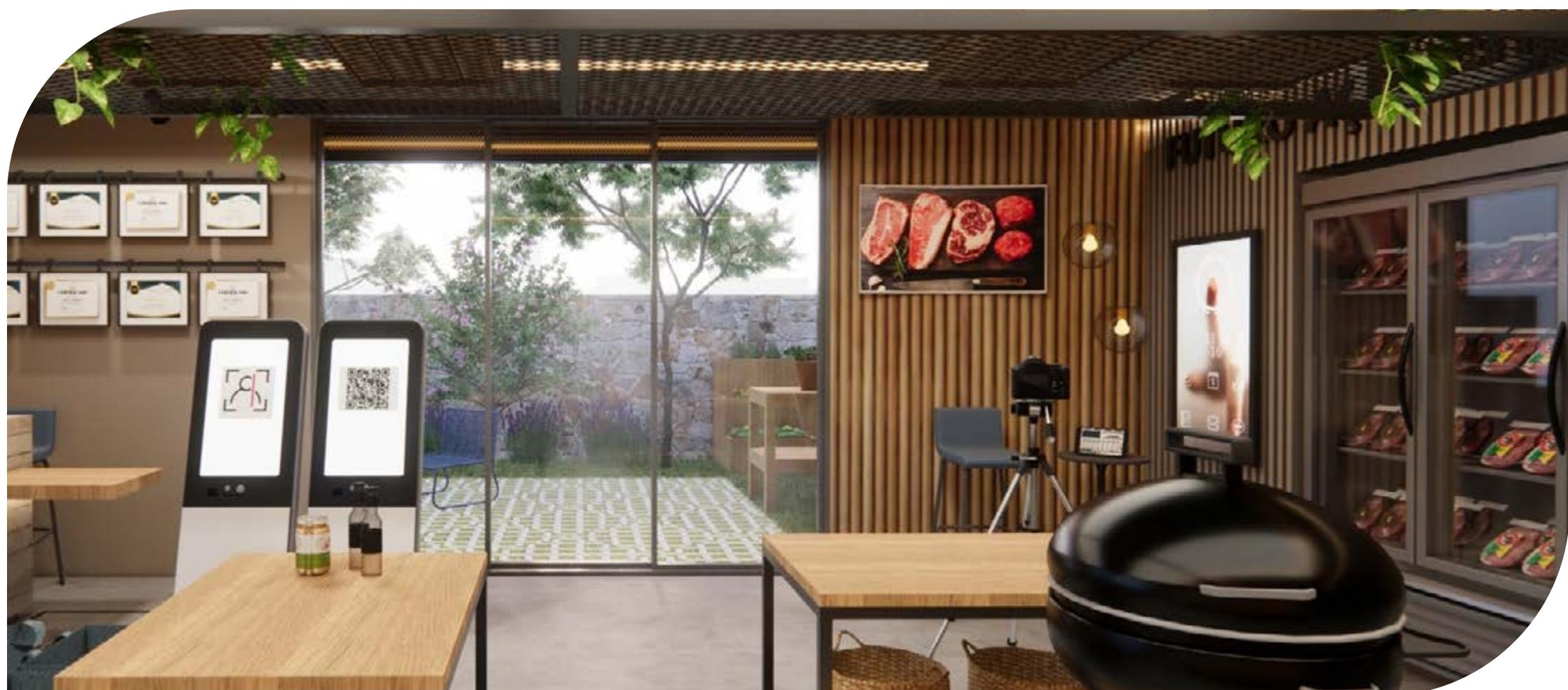
Com o programa recorrência, a confirmação do pagamento acontece pelo reconhecimento facial, mediante a um saldo mensal inserido em sua conta.



Essa alternativa traz ao negócio maior sustentabilidade financeira, conhecimento, previsibilidade de caixa e maior fidelização.

TEMA 7

CERTIFICAÇÃO DE PROCESSOS E PRODUTOS



O Futuro Açougue será certificado por um terceiro para validar a seriedade e a transparência nos processos, demonstrando certificação de qualidade, apresentando ao consumidor diferentes notas e scores concedidos por avaliadores oficiais.

Apesar de parecer algo novo, o sistema de classificação de carnes dos Estados Unidos (USDA) comercializa suas carnes nesse formato desde 1927.

O Serviço de Marketing Agrícola do USDA oferece as cinco definições de todos os oito graus para produtores e consumidores de carne bovina. Confira a seguir.

Prime

A carne *prime* é produzida a partir de bovinos de corte jovens e bem alimentados. Têm marmoreio abundante e, geralmente, é vendida em restaurantes e hotéis.

Choice

A carne *choice* é de alta qualidade, mas tem menos marmoreio que a *prime*.

Select

A carne bovina selecionada é muito uniforme em qualidade e, normalmente, mais magra do que as de qualidade superior. É bastante macia, mas, por ter menos marmoreio, pode faltar um pouco da suculência e do sabor dos graus mais altos.

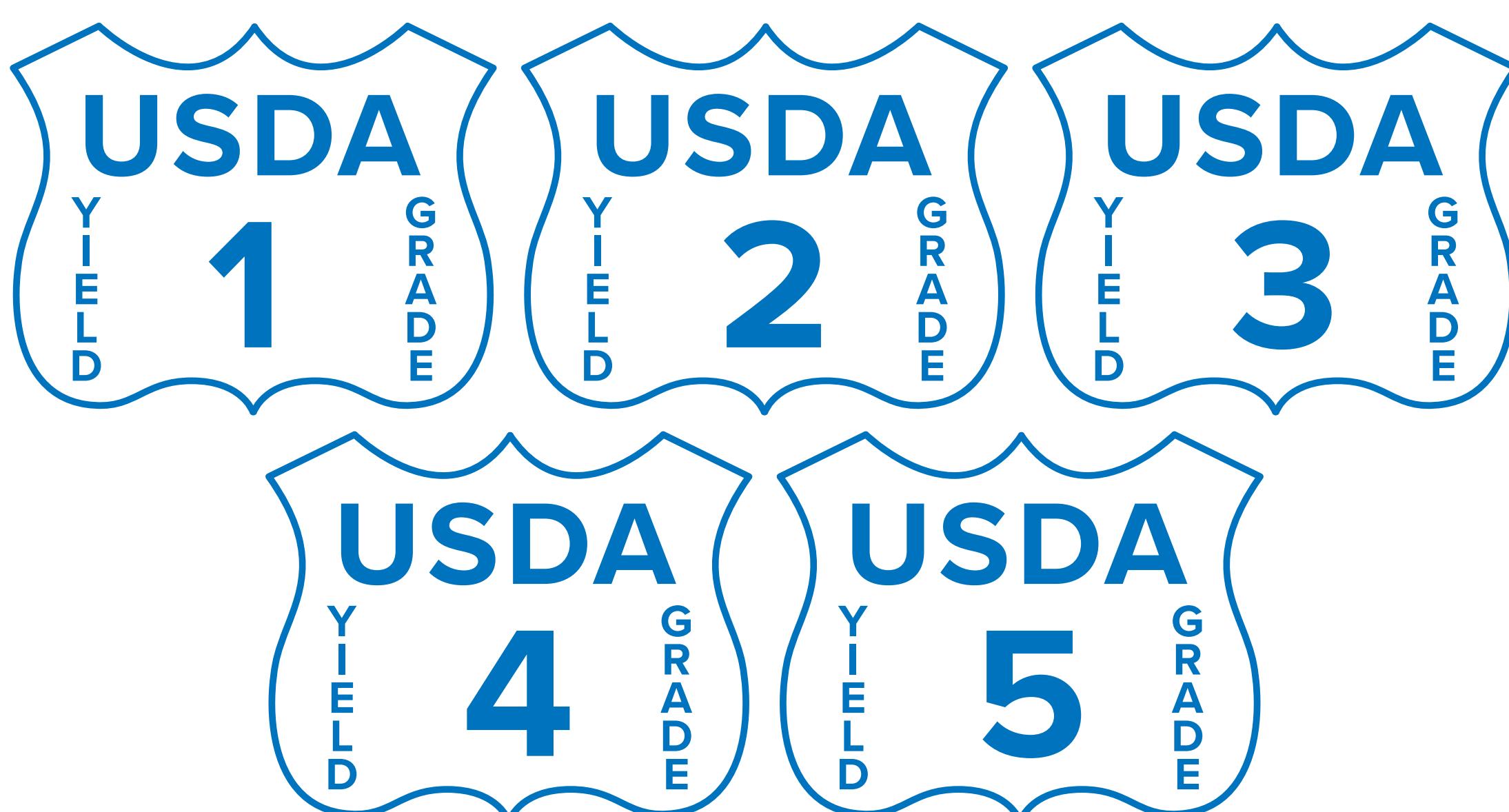
Standard e Commercial

Esses tipos de carne bovina são frequentemente vendidos como carne sem classificação ou como carne de marca própria.

Utility, Cutter e Canner

Esses tipos de carne raramente são vendidos no varejo. Em vez disso, eles são usados para fazer carne moída e produtos processados, como sopa enlatada ou refeições congeladas.

Há também os graus de rendimento que estimam a porcentagem de rendimento do comércio de varejo dos quatro primários cortes de carne bovina.



Na escala de rendimento, 1 seria para a carne que oferta maior quantidade de carne e 5 para a que dispõe de menor quantia.

Jason Morris, especialista em negócios agrícolas da University of Missouri Extension, explica que:

“ Os produtores que entendem os níveis de rendimento e qualidade estão mais bem equipados para tomar decisões sobre genética, nutrição, saúde e práticas de produção, bem como marketing de produtos. ”

No que se refere à certificação de carnes, inspiração é o que não falta! Agora é trabalhar em parceria com produtores e indústria, capacitando-se para aplicar no Futuro Açougue.

TEMA 8

ALUGUEL DE UTENSÍLIOS PARA COZINHA E CHURRASCO



Com moradias cada vez menores, o consumidor tem mudado a forma de equipar suas casas. Pensando nisso, o Futuro Açougue terá utensílios para alugar, como panelas de ferro, chapas, churrasqueiras, entre outros.

A vida nos centros urbanos tem requisitado casas mais compactas. Aliado com a redução de resíduos, a pessoa consumidora tem modificado as estruturas e equipamentos de suas casas.



Visando garantir que sua clientela tenha boa experiência no preparo de carnes, o Futuro Açougue está pronto para alugar equipamentos para churrascos e outros eventos.

Aproveitando a oportunidade, o Futuro Açougue pode revender utensílios usados e, para proporcionar um atendimento mais exclusivo, ter à disposição uma pessoa que cozinhe e que esteja munida dos equipamentos em domicílio.

A ideia é ter um consumo sustentável e consciente também dos utensílios, evitando o acúmulo de itens que são usados com menos frequência.

TEMA 9

PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS



O Futuro Açougue terá presença nas redes sociais com *live-commerce* – vendas por meio de transmissões ao vivo: uma presença virtual como embaixador e promotor de informações relevantes sobre a forma de produção, a história dos fazendeiros e os benefícios do consumo de proteína animal.

Desde as antigas civilizações, o ser humano buscava estar em contato com outras pessoas.

Nessa mesma lógica, as redes sociais podem ser entendidas como um grupo de compartilhamento de ideias, convergentes ou não.



Atualmente, as redes sociais digitais são meios para as pessoas se reunirem, seja por afinidades ou objetivos em comum, sem o impedimento de barreiras geográficas e de limites de conexões entre as pessoas.

Pensando nos negócios, as redes sociais tornaram-se importantes ferramentas de divulgação de produtos e serviços, imprescindível para qualquer empresa que busca o sucesso.

Visto não mais como dispensável, o mundo empresarial necessita aliar-se às redes sociais para fortalecer o vínculo com seu público-alvo.



Assim, quem está à frente do Futuro Açougue deve ter presença digital nas redes sociais, por meio de *live-commerce*.

Essa é uma forma de vender por meio de transmissões ao vivo, tornando a pessoa à frente da câmera/dispositivo embaixadora e promotora de informações relevantes que possam envolver a carne bovina.

Já dizia Aristóteles:

“O homem é, por natureza, um ser social”.

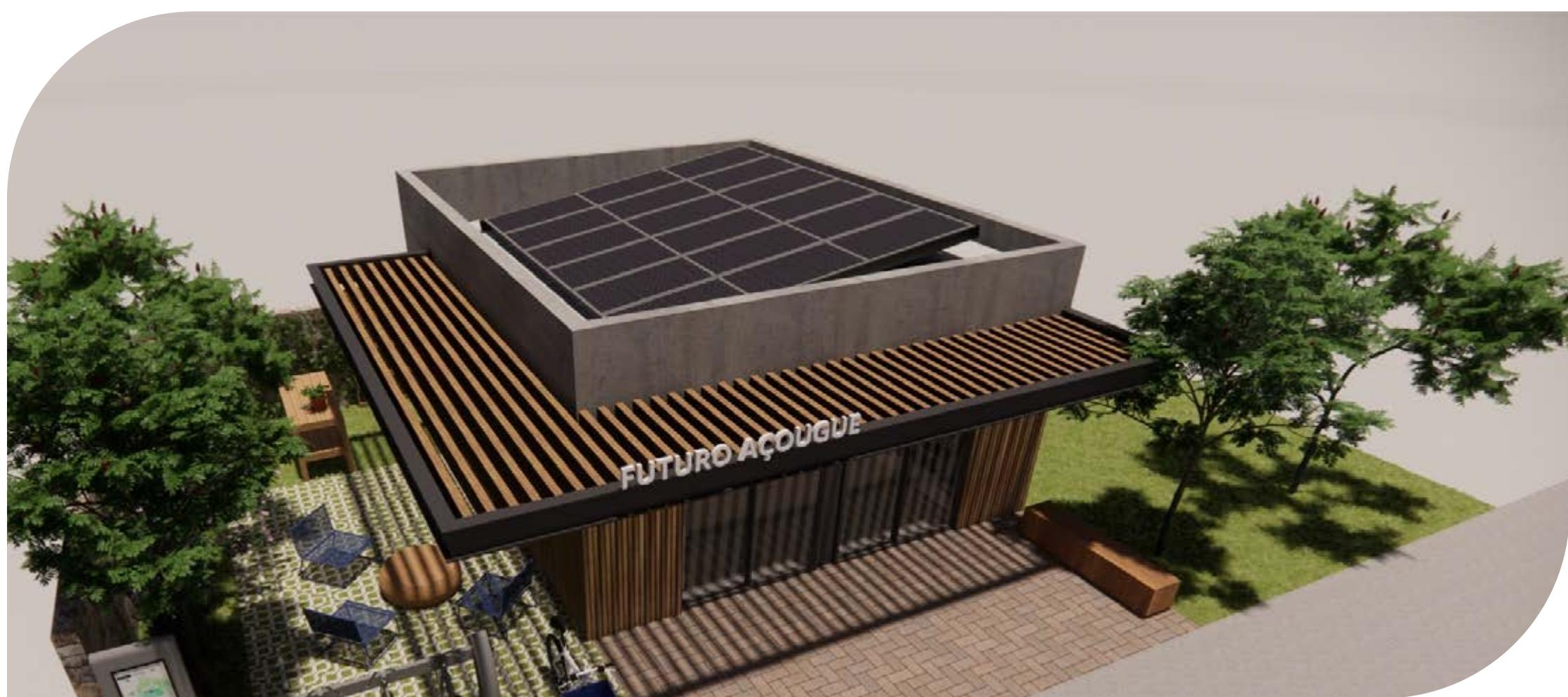
Isso devido ao ser humano necessitar da interação com outras pessoas para viver em plenitude. E com a ajuda da tecnologia, as redes sociais suprem essa necessidade, além de potencializar os negócios, como o Futuro Açougue.

Quer ver na prática como é a presença digital de um negócio de carnes? Então, confira no Instagram os perfis da [@joelcarnes](#) [@hoffmanncasadecarnes](#) e [@theoldsteak](#)



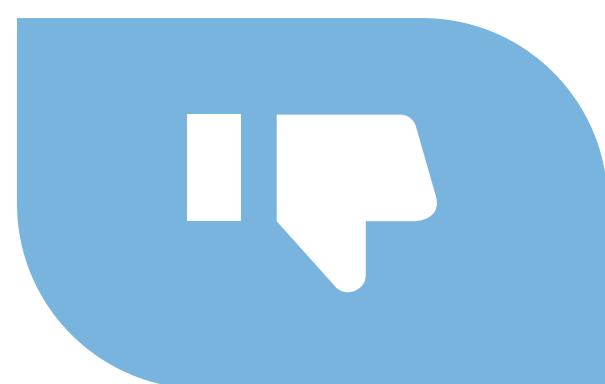
TEMA 10

VOLTA AO CAMPO COM A MÁXIMA QUALIDADE SANITÁRIA



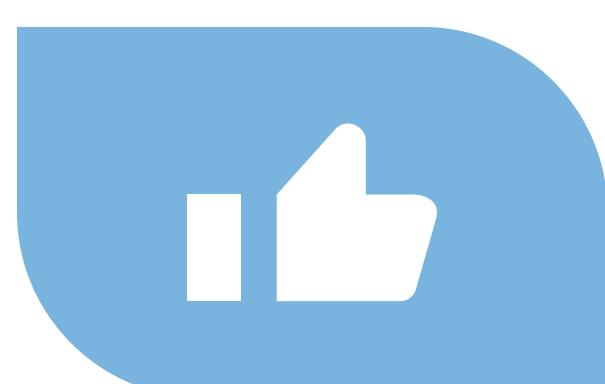
Visualmente, o Futuro Açougue quer trazer uma conexão com o campo para ativar as memórias afetivas dos que buscam o local para dar uma pausa na correria do dia a dia. Elementos como madeira, tijolinho, plantas e azulejos fazem parte da arquitetura, respeitando os acabamentos sanitários necessários para a manipulação dos produtos.

A tecnologia pode até ser de última geração, mas a aparência do Futuro Açougue remete ao campo. Isso porque ativa as memórias afetivas de seus clientes, que buscam o local para relaxar.



Portanto, açouques apáticos, brancos, que se apresentam com azulejos, vidro e inox, terão que pensar em uma adaptação.

Dentro do chamado **varejo da emoção**, aquele que tem a gratificação da experiência pelas quais o consumidor conscientemente paga mais serão desejados por quem compra proteína animal.



Serão muito bem-vindos elementos como madeira, tijolinho, plantas, azulejos que farão parte da arquitetura, respeitando os acabamentos sanitários necessários para a manipulação dos produtos animais.

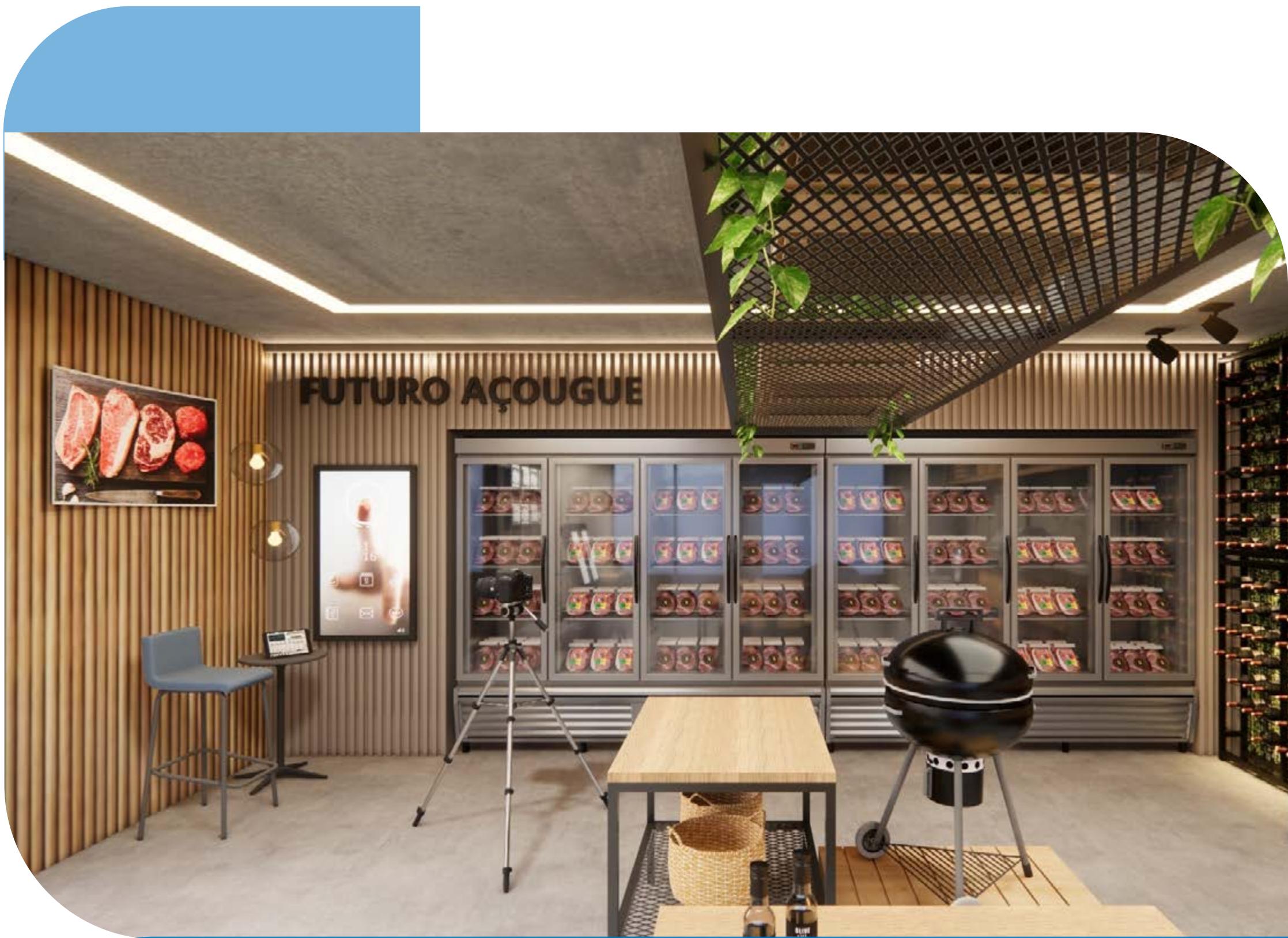
Nesse cenário, vale ressaltar que a manipulação de produtos *in natura* dentro da loja tende a diminuir, com a substituição da desossa de carcaça pela manipulação de produtos previamente inspecionados e embalados via serviço de inspeção.

Outro ponto de destaque é que o congelado também ganha espaço nas gôndolas no Futuro Açougue.

Com isso, o foco passa a ser outro e a conveniência é pré-requisito mandatório nos produtos vendidos na loja física ou no e-commerce.

ENCERRAMENTO

Apesar de parecerem práticas de um futuro distante, o ciclo deve se acelerar com o uso de ferramentas para transformar o processo de compra em uma experiência mais interessante, além de fazer parte de um processo de elevação da consciência dos clientes.



Por isso, é importante combinar elementos estratégicos, táticos e de estruturas que trazem um novo desenho para o contexto do varejo de carnes.

Para ser notado, é preciso fazer diferente!

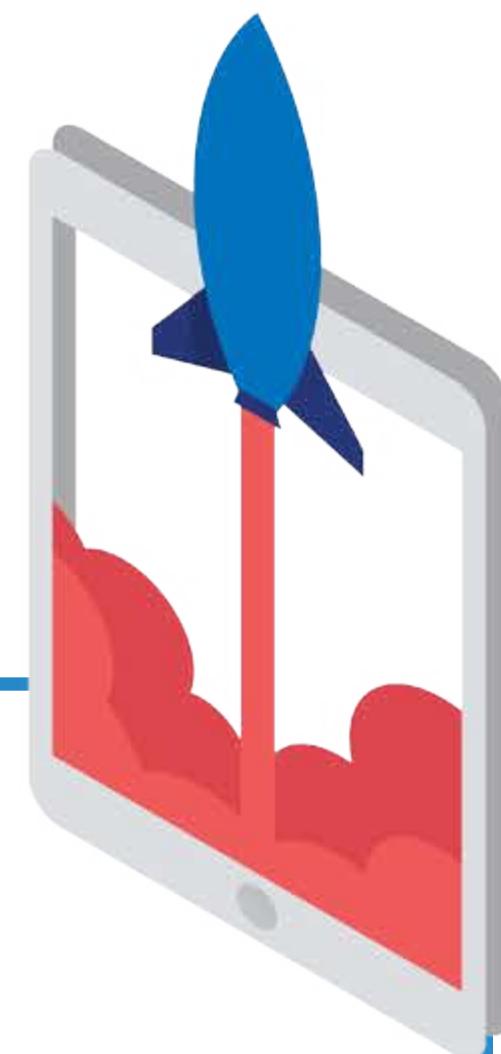
E é nessa transformação que o **Futuro Açougue** deve reconfigurar o universo do varejo físico, alterando o local para algo a mais do que um simples ponto para o consumidor comprar a carne do dia a dia ou do churrasco.

Ele terá que ser muito mais!
Deverá ser um ponto de experiência
que disponibiliza serviço, informação,
relacionamento e consciência ambiental.



Ou seja, o Futuro Açougue é
destino para quem quer se tornar
atual, competitivo e sustentável
no comércio de carnes.

Quer ter uma experiência ainda
mais completa? Clique abaixo e
conheça um Futuro Açougue em 3D!



Futuro Açougue em 3D



Muito sucesso!

REFERÊNCIAS

BATISTA, E. L. Carros elétricos vão resolver os problemas ambientais? *Tecmundo*, 15 jan. 2022. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/ciencia/231984-carros-eletricos-nao-resolver-problemas-ambientais-sozinhos.htm>. Acesso em: 25 fev. 2022.

BLUE SOL ENERGIA SOLAR. *Fazenda Solar, o comércio de energia elétrica no Brasil e os famosos projetos da Tesla*. [20--]. Disponível em: <https://blog.bluesol.com.br/fazenda-solar/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

BRAND, C. Obsessing over electric cars is impeding the race to net zero: More active travel is essential. University of Oxford, 14 jun. 2021. Disponível em: [https://www.ox.ac.uk/news/2021-06-14-obsessing-over-electric-cars-impeding-race-netzero-more-active-travel-essential#:~:text=Oxford%20profiles-,Obsessing%20over%20electric%20cars%20is%20impeding%20the%20race%20to%20net,More%20active%20travel%20is%20essential&text=Focusing%20solely%20on%20electric%20vehicles,world's%20fossil%20fuel%20car%20fleet](https://www.ox.ac.uk/news/2021-06-14-obsessing-over-electric-cars-impeding-race-net-zero-more-active-travel-essential#:~:text=Oxford%20profiles-,Obsessing%20over%20electric%20cars%20is%20impeding%20the%20race%20to%20net,More%20active%20travel%20is%20essential&text=Focusing%20solely%20on%20electric%20vehicles,world's%20fossil%20fuel%20car%20fleet). Acesso em: 22 fev. 2022.

BRAND, C. et al. The climate change mitigation effects of daily active travel in cities. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, v. 93, p. 102764, 2021.

CANAL RURAL. *Energia limpa e cochos sustentáveis reforçam produtividade de fazenda no MT.* maio 2019. Disponível em: <https://www.girodoboи.com.br/videos/energia-limpa-e-cochos-sustentaveis-reforcaram-produtividade-de-fazenda-no-mt/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

CONCEIÇÃO, M. M. et al. O plástico como vilão do meio ambiente. *REVISTA GEOCIÊNCIAS - UNG-SER*, v. 18, n. 1, 2019. Disponível em: <http://revistas.ung.br/index.php/geociencias/article/view/4024>. Acesso em: 25 fev. 2022.

EMAP SOLAR. *Fazenda solar, como beneficia o produtor rural?* mar. 2019. Disponível em: <https://emapsolar.com.br/como-a-fazenda-solar-beneficia-o-produtor-rural>. Acesso em: 25 fev. 2022.

FARIA, I. COP26: Entenda como funciona o mercado de crédito de carbono. *CNN Brasil*, 3 nov. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/cop26-entenda-como-funciona-o-mercado-de-credito-de-carbono/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

FÉRIA, L. O futuro do varejo é figital, combinação do físico e do digital. *Mercado & Consumo*, jul. 2021. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/2021/07/29/o-futuro-do-varejo-e-figital-combinacao-do-fisico-e-do-digital/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

GOLDEMBERG, J.; LUCON, O. Energia e meio ambiente no Brasil. *Dossiê Energia*, Estud. av., v. 21, n. 59, abr. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/tk9tsKdqdkSy3CzMf58V9bw/?lang=pt#>. Acesso em: 25 fev. 2022.

KNOBLOCH, F. et al. Net emission reductions from electric cars and heat pumps in 59 world regions over time. *Nature Sustainability*, v. 3, p. 437–447, 2020.

MONTEIRO, A. et al. Importância das redes sociais para as pequenas e médias empresas. *Rev. Conexão Eletrônica*, Três Lagoas, MS v. 12, n. 1, 2015. Disponível em: [http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2015/downloads/3.%20Ci%C3%AAncias%20Sociais%20Aplicadas%20e%20Ci%C3%AAncias%20Humanas/014%20\(Adm\)%20Import%C3%A2ncia%20das%20Redes%20Sociais%20para%20as%20Pequens%20e%20M%C3%A9dias%20Empresas.pdf](http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2015/downloads/3.%20Ci%C3%AAncias%20Sociais%20Aplicadas%20e%20Ci%C3%AAncias%20Humanas/014%20(Adm)%20Import%C3%A2ncia%20das%20Redes%20Sociais%20para%20as%20Pequens%20e%20M%C3%A9dias%20Empresas.pdf). Acesso em: 25 fev. 2022.

OLIVEIRA, I. L.; DE LIMA, A. M.; SANTOS, J. C. O. Relação química: energia x meio ambiente concepções de integrantes do curso de química. Conapesc, s.d. Disponível em: https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/conapesc/2019/TRABALHO_EV126_MD1_SA7_ID2092_01072019142711.pdf. Acesso em: 25 fev. 2022.

SUSTAINABLE CARBON. *O que é e como são gerados os créditos de carbono? [20--].* Disponível em: <https://www.sustainablecarbon.com/como-sao-gerados/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

WARD, M. Beef quality grades explained. *BEEF Magazine*, 26 ago. 2021. Disponível em: <https://www.beefmagazine.com/beef-quality/beef-quality-grades-explained>. Acesso em: 25 fev. 2022.



TERRITÓRIO DA CARNE

