

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisauskas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	---

ANÁLISE MERCADOLÓGICA DA RAÇA WAGYU COM A UTILIZAÇÃO DOS 4PS.

VICTOR AUGUSTO DE CAMPOS LOPES¹
 ILER ALISAUSKAS²
 JOSÉ SOBRINHO PENA³
 ARETA LÚCIA DA SILVA⁴

RESUMO

O gado da raça Wagyu de origem japonesa, é um competidor no mercado de carne bovina do Brasil, o gado conta com enormes vantagens, mas por causa destas mesmas vantagens e o custo da produção, o torna caro, qualificando em um mercado diferenciado, estas vantagens é exatamente o que irá ser citado neste artigo. Este artigo teve como objetivo abordar origem, cenário do mercado e aspectos importantes da raça Wagyu, como por exemplo uma carcaça, marmoreio além da sua qualidade e sabor diferenciados, é de extrema importância analisar a aplicação correta das ferramentas do marketing no gado, sendo elas, produto, preço, praça e promoção com estas e o exemplo de mercado, temos um exemplo benévolo, mas ainda a ser estudado o enorme potencial no agronegócio, podendo diversificar e valorizar o mercado.

Palavras-chave: Agronegócio; Carcaça diferenciada; 4Ps; Wagyu.

ABSTRACT

Wagyu cattle, originally from Japan, represent a significant competitor within Brazil's beef market. This breed offers substantial advantages; however, due to these very attributes and the high production costs involved, Wagyu beef is considered expensive, positioning it within a differentiated market segment. These advantages are precisely the focus of this article. The objective of this study is to examine the origin, market dynamics, and key characteristics of the Wagyu breed, including carcass quality, marbling, and its distinctive flavor profile. Furthermore, it emphasizes the importance of correctly applying marketing strategies—namely, product, price, place, and promotion—to this segment. By considering these tools alongside market evidence, the article highlights a promising case that, although still under analysis, reveals the considerable potential of Wagyu beef in agribusiness, with the capacity to diversify and add value to the market.

Key words: Agribusiness; Differentiated carcass; 4Ps; Wagyu.

¹Graduando, Tecnologia em Agronegócio pela Faculdade de Tecnologia de Mogi das Cruzes - Fatec MC. Mogi das Cruzes-SP. E-mail: victor.lopes18@fatec.sp.gov.br

²Graduando, Tecnologia em Agronegócio pela Faculdade de Tecnologia de Mogi das Cruzes - Fatec MC. Mogi das Cruzes-SP.

³Graduando, Tecnologia em Agronegócio pela Faculdade de Tecnologia de Mogi das Cruzes - Fatec MC. Mogi das Cruzes-SP.

⁴Docente, Faculdade de Tecnologia de Mogi das Cruzes – Fatec MC – Mogi das Cruzes-SP.

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisauskas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	---

INTRODUÇÃO

No que tange o agronegócio e a sua importância para a economia do país. É imprescindível a relevância da pecuária de corte, pois trata-se de uma atividade notória para o mercado devido ao seu potencial de crescimento e inovação. Podendo ser diversificada e alcançar uma vasta comercialização, abrangendo desde os arranjos comerciais diferenciados até os convencionais.

Neste aspecto, a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne (Abiec, 2025) destaca em seus trabalhos, dados relevantes sobre o setor. Informações que abrange desde o tamanho do rebanho bovino nacional, que é de 193,93 milhões de cabeças, até dados referentes sobre as exportações do setor que correspondem a 32% da produção de carne bovina, sendo que 68% de toda a produção fica no mercado interno.

O relatório anual da Abiec mostra um aumento simultâneo da produção, da exportação e do consumo doméstico. E destaca a participação da agroindústria da carne bovina e a sua movimentação no ano de 2024, totalizando um montante de R\$ 987,36 bilhões, o que equivale a 8,4% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, tendo um aumento de 5,5% no faturamento total com relação ao ano de 2023, ocasionado pela alta valorização do boi e da carne tanto no mercado interno quanto no externo (Abiec, 2025).

Foram cerca de 45,94 milhões de animais abatidos, que totalizaram em carcaça 11,81 milhões em toneladas. Um mercado que chama a atenção para a geração de empregos com 8,9 milhões de vagas somente no ano de 2024. Entretanto, também se preocupa com ações mais responsáveis em relação ao meio ambiente, demonstrando que o Brasil deixou de ocupar 301,4 milhões de hectares no ano de 2024, alavancando a produção 185,7% dos anos 90 até os tempos atuais. Fruto de melhoramento genético e pesquisas no setor (Abiec, 2025).

Com as exportações em alta, somando 30,5 bilhões de dólares, e comparando com as outras cadeias produtivas do setor de produção animal, a carne bovina

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisauskas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	---

superou a avícola (42% e 31%). Sendo o Brasil o segundo maior produtor de carne bovina em nível global, atrás apenas da produção americana (Abiec, 2025).

Em 2023, 71,5% da produção foi destinada ao mercado doméstico, garantindo um consumo médio de 37,5 kg por habitante ao ano um dos mais elevados do mundo. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2025), corroboram com o que foi descrito pelo relatório da Abiec e demonstra o vigor e a solidez do setor. No 1º trimestre de 2025 houve o abate de 9,87 milhões de cabeça de bovinos sob algum tipo de sistema de inspeção sanitária, esse número foi 4,6% maior à obtida no 1º trimestre de 2024 e foi 1,9% acima do registrado no trimestre imediatamente anterior.

Esse abate gerou 2,49 milhões de toneladas de carcaças, um aumento de 2,2% em comparação ao mesmo período de 2024, com um peso médio. Gerando 2,49 milhões de toneladas de carcaças, um aumento de 2,2% em comparação ao mesmo período de 2024, com um peso médio de carcaças de 251,86 kg, com uma variação negativa comparado ao mesmo trimestre de 2024 (IBGE, 2025).

Diante deste cenário grandioso da pecuária de corte, se faz comum o surgimento de vários arranjos produtivos, englobando cortes voltados para a exportação, mas também para um mercado interno que demonstra inúmeras vertentes de comercialização destacando o valor do produto e não apenas o preço, sendo uma delas o mercado diferenciado.

A raça Wagyu, é um produto que ganha destaque a cada ano por ser uma carne diferenciada, e sua produção sendo voltada para o mercado interno de alto valor comercial, tendo como principal produtor o complexo da Yakult no município de Bragança Paulista-S.P.

Com base na força do setor e no fomento da diferenciação da carne. Este trabalho tem como objetivo analisar mercadologicamente a produção de carne diferenciada demonstrando o potencial da raça Wagyu sob o viés dos "4Ps" (preço, praça, produto e promoção).

O estudo foi realizado através de uma revisão bibliográfica, tendo como delimitação a falta de incentivo em estudos sobre a raça no Brasil e no mundo.

DESENVOLVIMENTO DO ASSUNTO

Variáveis relacionadas ao sistema de Criação de Gado para Mercado Diferenciado

No Brasil os sistemas mais utilizados para a criação de bovinos de corte são: extensivo, semi-intensivo e intensivo. Considerando fatores como a produção de @ por hectare, peso de cada fase de desenvolvimento animal (cria, recria e engorda), os objetivos do produtor e a raça escolhida considerando a orientação de mercado (Reagro, 2021).

Bovinos da raça Wagyu, necessitam de confinamento por ter uma alimentação com maior percentual de concentrados, pela idade de abate, tendo em vista, que a gordura intramuscular é a última a ser depositada na taxa de crescimento animal (ABCBRW, 2025). Sarcinelli et al., (2007), em seu estudo relata que para confinar o gado com objetivo de ganho de peso antes do abate exige um alto capital inicial, e uma produção gerenciada, sendo um modelo utilizado em bovinos com melhores características genéticas.

Ainda neste aspecto, a Abiec (2025), relata que o confinamento do plantel para engorda costuma ficar em torno dos 90 dias e cita que 19,86% de bovinos destinado ao abate são oriundos de confinamentos. Entretanto, este modelo de criação demonstra que os altos custos de produção podem variar de acordo com alguns fatores, tais como: a quantidade de @ produzida por hectare, mão-de-obra especializada, manutenções, depreciações, sendo os custos maiores a nutrição e podendo variar de acordo com a tecnologia utilizada na produção.

De acordo com a Reagro (2021), a gestão eficiente da propriedade inclui o levantamento da área, o cenário econômico regional, a avaliação do rebanho, infraestrutura, levantamento financeiro e indicadores de viabilidade. Segundo o grupo de pesquisas de Estruturas Coordenadas (Gecor, 2020), gerenciar os parâmetros descritos pelo artigo da Reagro é imprescindível para se livrar do que é chamado de mercado da “vala comum”.

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisauskas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	---

Oliveira et al., (2017) *apud* Ries (2003) descrevem a falta de coordenação dentro da cadeia produtiva da carne, pois não existe um forte relacionamento entre os elos da cadeia de suprimentos tal fator contribui negativamente para o fortalecimento de arranjos transacionais como o da raça Wagyu.

Sendo um entrave no que chamamos de nível de confiança e fortalecimento de relações bilaterais, principalmente no que tange a delicada relação entre produtores e agroindústrias. Mercados diferenciados tendem a fortalecer relações bilaterais e aumento da confiança entre os elos de produção da cadeia. Para que se atinja premissas de carcaça descritas como ideais em raça, precocidade, sanidade, tamanho da peça, coloração, textura e marmoreio (Gecor, 2020). Por este motivo, fomentar arranjos diferenciados como os transacionais da raça Wagyu se torna algo necessário para a cadeia da pecuária nacional.

A raça Wagyu e suas características

Segundo a Associação Brasileira dos Criadores de Bovinos da raça Wagyu (2025), a raça foi introduzida no Japão, através da península Coreana, o objetivo era a tração voltada para a agricultura. Os primeiros bovinos foram importados para região de Shikoku.

Em uma breve contextualização do lapso temporal sobre a raça, destaca-se os seguintes pontos: o melhoramento genético por “isolamento” de uma raça, em um local específico. Fato que ocorreu na história da raça Wagyu, pois o rebanho no Japão ficou oficialmente fechado por mais de 200 anos por meio de um mandato que foi de 1635 até 1854, até em 1868, com a “Restauração Meiji” uma política de desenvolvimento, onde o governo japonês encorajou a importação de outras raças para o cruzamento com as raças locais (ABCBRW, 2025).

Em 1910, concluíram que o cruzamento não trouxe os benefícios esperados o que ocasionou novamente o isolamento do plantel. Este fato fez surgir na época inúmeras divergências de opinião sobre seleção e criação, o gado de uma região se tornou diferente do gado de outras regiões (ABCBRW, 2025).

Atualmente as principais linhagens voltadas para a comercialização da raça Wagyu são: Kuroge (Black Wagyu) e Akaushi (Red Wagyu) (ABCBRW,2025).

Na figura abaixo, encontra-se a variável preta do Wagyu, conhecida pelo seu marmoreio na carne.

Figura 1. Gado Wagyu black.



Fonte: BEEFPOINT, (2013).

Segundo Zanella (2009) a raça Wagyu começou sua história no continente americano no ano de 1976 a partir da aquisição de dois touros pertencente à linhagem Tottori Black Wagyu e também dois touros pertencente à linhagem Kumanoto Red Wagyu por produtores americanos , por volta dos anos 1970 a 1980 chegaram à conclusão que a raça não tinham valor nos itens importantes na época para a produção de carne, era buscado animais precoces e com uma aparência externa relevante, os aspectos que tenham relação com carcaça e qualidade de carne eram considerados secundários.

Em 1991, alterações no mercado reduziram as taxas de exportação de bovinos no Japão, permitindo que os Estados Unidos voltassem a importar esses animais. Entre 1991 e 1999, foram realizadas cinco compras, aumentando significativamente o número de exemplares das linhagens Black e Red Wagyu no país (Zanella, 2009).

Nos anos de 1992, 2002 e 2008, a fazenda Yakult localizada em Bragança Paulista/SP, foi a responsável por trazer alguns animais da raça wagyu para o Brasil.

Atualmente existe a associação brasileira de criadores da raça, um avanço com o objetivo de manter registros de animais nascidos aqui e fomentar a genética da raça presente no país (Zanella, 2009). A ABCBRW (2025), tem como parâmetro de mensuração da qualidade de carcaça dos animais abatidos a utilizada no Japão, onde a tipificação é feita pela *Japan Meat Grading Association* revista em 1988, para a avaliação considera o corte feito entre a 6ª e 7ª costela, (em comparação com a utilizada no Brasil, o corte seria entre a 12ª e 13ª costelas) com rendimentos sendo classificados em tipo A, B e C é avaliado também outros fatores como marmoreio, cor e textura da carne e cor e qualidade da gordura (ABCBRW, 2025).

Nesta classificação são mensuradas quatro medições consideradas extremamente importantes: área de olho do lombo (cm²), espessura da área da costela (cm), espessura da gordura subcutânea (cm) e em peso de meia carcaça (ABCBRW, 2025). Na figura 2 está a classificação de marmoreio da carne no Brasil.

De acordo com Smith (2015), os bovinos da raça Wagyu tem marmoreio que obedece a um índice chamado de Beef Marbling Standard (BMS), onde é avaliada a gordura intramuscular do lombo das 6ª e 7ª costelas, diferente do padrão americano que avalia as 12ª e 13ª costelas.

Figura 2. Classificação de Marmoreio do Brasil.



Fonte: WagyuBrasil, (2025).

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisaukas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	--

De acordo com Gotoh et al. (2014), apresenta dados da avaliação de carcaça como o padrão de marmoreio de carne, onde é usado como base a circunferência e o percentual da área de marmoreio, este padrão era medido com o auxílio de fotografias tiradas da carcaça em 2008 já em março do ano de 2014 foi implementado o sistema de comparação do marmoreio real com fotografias padrão que é utilizada para este parâmetro.

Com relação a avaliação da coloração da carne é seguido o Beef Color Standard (BCS) que é dividido em sete etapas, onde vermelha pálida é a primeira etapa e ao longo das pontuações pode-se verificar padrões escurecidos chegando até a etapa sete que é chamada de vermelho escuro, para medir é utilizado uma lanterna específica para esse procedimento, sendo as colorações de número 3 e 4 as ideais (Gotoh et al, 2014).

Quando se fala de firmeza e textura da carne é feito uma avaliação visual da quantidade de exsudado presente na superfície, devido ao alto nível de marmoreio a retenção de água é maior, é comum observar em músculos mais jovem ou envelhecidos com um alto nível de umidade é uma baixa firmeza e com relação a cor de gordura, tem o padrão de gordura (BFS) que vão de uma coloração branca, creme pálido até um creme amarelado (Gotoh et al, 2014).

A carne dos Bovinos da raça Wagyu tem aspectos favoráveis com relação aos índices de ácidos graxos e sabor, pois os dois estão relacionados entre si, estudos dos pesquisadores Dryden S Marchello (1970) que são citados por Smith (2015) é relatado a influência dos ácidos oleicos na melhora do gosto da carne. O estudo de Smith (2015) ainda demonstra que os ácidos oleicos que estão na carne de Wagyu.

O Brasil segue o modelo usado no Japão, sempre buscando alcançar o maior grau de marmoreio. Que começa com o gerenciamento na fase inicial até os oito meses de idade, onde se tem níveis maiores de proteína o que favorece o desenvolvimento e crescimento com pesos médios de 269kg com ganhos médios diários de 1,1kg/dia. Já na fase de engorda inicial entre nove e treze meses, nessa fase inicia-se gradualmente a transição da dieta chegando a 92% de concentrado e

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisauskas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	---

ainda altamente energético com animais pesado 443kg (GMD1,2kg/dia) ao catorze meses. Na fase final com animais de catorze a vinte e quatro meses, a dieta já passa ser rica em energia, com os animais terminados pesando 782kg (GMD1,0kg/dia). No Brasil os bovinos puros ficam por pelo menos seis meses em confinamento, mas a depender do manejo e o objetivo esse tempo pode chegar a doze meses (WAGYUBRASIL, s/d).

Segundo Whately (2012), o padrão de um bovino da raça wagyu direcionado para o abate é de 750 kg de peso vivo com um rendimento de carcaça de 57%, sendo a carne comercial de 280 kg/animal (carcaça desossada), o preço pago é de R\$ 40,00/kg e tendo R\$ 11.000 por animal, o contrafilé denominado carne nobre pode ter pode chegar a R\$ 210,00/kg.

De 2009 a 2013 foi feito um estudo de viabilidade na fazenda de Bragança Paulista, em cada ano aumentou-se o número do rebanho naturalmente afim de encontrar o ponto de equilíbrio através da engorda e números de cabeças, no primeiro ano foi um prejuízo considerado alto devido aos elevados custos de alimentação e salários dos funcionários, mas nos próximos anos houve uma estabilização por conta do aproveitamento do material genético, tendo um rebanho relativamente pequeno, mas efetivo (Taninaka, 2015).

Atualmente a ABCBRW (2025), relata que há 12.822 animais registrados no Brasil, sendo 7.200 animais certificados que foram abatidos e 52 criadores associados. Demonstrando a importância da organização mercadológica em forma de associação para o fortalecimento da raça.

O fato da raça Wagyu, em especial a variável preta, ser conhecida pelo grau de marmoreio elevado, reconhecida como uma carne nobre e pertencente a um mercado sofisticado e altamente diferenciado faz com que a carne seja vista como iguaria. Além de parâmetros zootécnicos voltados para conversão alimentar, rapidez e eficiência em gordura, serem diferenciais para os pecuaristas (ABCBRW, 2025).

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisauskas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	---

A ferramenta 4 Ps na Gestão Estratégica

De acordo com Santiago (2018) a ferramenta 4 Ps diz respeito ao “Preço, Praça, Produto e Promoção”, conhecidos como pilares da estratégia de marketing de uma empresa ou marca, e tem como objetivo definir o público-alvo e alavancar as vendas. O composto de marketing é parte dos estudos de Philip Kotler em conjunto com o pesquisador Jerome Mc Carthy.

Para descrever o estudo do Produto, as variáveis como a qualidade, embalagem, características organolépticas, e suas funções visando sanar uma necessidade e um desejo do consumidor, são aspectos utilizados para mensurar o produto sob a ótica do cliente (Santiago, 2018).

Já o Preço diz respeito ao valor monetário para a aquisição do produto. Como o cliente percebe o preço pago em custo x benefício de um produto ou serviço. No que tange a variável Preço temos: a descrição de algo responsável pelas receitas, com o objetivo de cobrir os custos. Sendo observado pelo gestor os fatores para a fixação de preços, fatores internos, objetivos de marketing, estratégia do mix de marketing, custos, fatores externos, natureza do mercado, demanda e concorrência dentre outros fatores ambientais (economia, revendedores, governo) (Santiago, 2018 *apud* Kotler e Keller, 2006).

Como Praça, temos os canais de distribuição onde e como o produto será entregue. A logística de um canal de distribuição tem a ver com posicionamento do mercado, onde o cliente encontra o produto e até se este produto é diferenciado ou convencional. A empresa determina os canais de distribuição em que os clientes podem encontrar seus produtos e serviços, como por exemplo: conveniências, e-commerce, supermercados dentre outros (Santiago, 2018 e Oliveira, 2018).

Já a Promoção é a comunicação com o seu cliente, com a comunidade e todos os *stakeholders* envolvidos. Tais elementos devem ser combinados de uma forma coerente para obter a máxima eficácia (Santiago, 2018). São exemplos de promoção: a de vendas, patrocínios, venda pessoal, internet, eventos culturais. Antes de identificar quem é o seu cliente, procure conhecer qual seu perfil social e quais são

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisauskas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	---

seus hábitos, costumes e desejos regionalizados, para melhor posicionar o processo de comunicação integrada de marketing (Santiago, 2018 *apud* Kotler e Keller, 2006).

A utilização dos 4Ps na comercialização e produção da raça Wagyu

Ao analisarmos a variável Produto: A raça Wagyu é vista como uma raça de cortes superiores e de elevada estima em relação ao status de consumo. De acordo com a ABCBRW (2025), o modelo japonês empregado na tipificação de carcaça que mensura atributos como: grau de marmoreio, cor da carne, textura e firmeza, cor e qualidade da gordura faz com que a qualidade dos cortes chegue ao consumidor final de forma rigorosa. Dados da Associação descrevem sobre a qualidade por conta da gordura intramuscular (especialmente cortes como picanha e cupim), sendo paladar e aroma referentes a qualidade da gordura e suculência e maciez a quantidade de gordura.

Gotoh et al., (2014) e Dryden e Marchello (1970) citados por Smith (2015), relatam a existência de ácidos graxos benéficos para a saúde. Já Armstrong (2018), complementa citando o bom colesterol que tais ácidos possuem, sendo os mais conhecidos ômega 03 e ômega 06 conhecidos por regular a pressão sanguínea e ajudar a mitigar casos de inflamação.

Ainda neste aspecto de falar sobre o produto. As embalagens costumam ser no modelo vácuo, ter certificação da associação e há exemplos de embalagens no varejo requintadas como se fossem um “presente”.

No Preço: Segundo a ABCBRW, (2025), o número de bovinos Wagyu cadastrados 12.822 animais e apenas 7.200 abatidos, números considerados pequenos se comparados ao tamanho do plantel brasileiro. Embora, considerando que este arranjo seja diferenciado e a maioria desse plantel tenha como destino o mercado convencional, a oferta x demanda são elementos econômicos importantes para definição de preço. Pois quanto mais escasso um ativo, mais caro ele é (Nogami, 2020).

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisaukas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	--

O custo de produção e o tempo em que o animal permanece na propriedade, o tipo de alimentação utilizada na criação da raça, torna o custo de produção alto e com isso o valor também se torna alto. Segundo a Exame Agro (2023) e a SEMADESC (2015), carne do wagyu é a mais custosa, saindo de R\$ 600,00 podendo chegar até R\$1.000 o quilo, se for a peça inteira como o contrafilé por exemplo, pode chegar até R\$ 4.400,00.

Praça: É principalmente comercializado nos e-commerce (sites), tornando-a mais acessível por pular várias etapas de comercialização, mas pode ser também encontrada em mercados de alto poder aquisitivo localizado nos centros de algumas cidades.

Promoção: No Brasil a raça Wagyu precisa ser difundida no mercado, o papel das redes sociais é imprescindível, sites como associação do wagyu, wagyu Brasil com as divulgações de leilões podem ser um papel para o fomento dela. Há materiais científicos e de publicidade que falam sobre o marmoreio da carne, entretanto, não se tem uma elevada gama em materiais voltados para índices zootécnicos voltado para fomento da produção e comercialização na ponta da cadeia de suprimentos.

CONCLUSÃO

A pecuária de corte é um setor em expansão na economia brasileira. Com dados já consolidados no mercado externo e no interno. Apresentando grande diversificação de arranjos transacionais, sendo um deles o mercado diferenciado no qual a raça wagyu pertence. Ao analisar os 4 ps em relação ao wagyu, pode-se notar que o produto é relevante em valor e o consumidor paga por valor agregado da carne, vista como diferenciada. Seus canais de distribuição são diferenciados como boutiques de carne de alto valor e na promoção se faz necessário um investimento maior voltado para o pecuarista. A raça wagyu tem um custo de produção alta, que bem gerenciado oferece lucro ao produtor e demais elos da cadeia de produção.

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisaukas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	--

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABCWAGYU. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE BOVINOS DA RAÇA WAGYU. **Histórico**, 2025. Disponível em: <https://www.wagyu.org.br/historico/>. Acesso em: 12 de agosto de 2025.

ABCWAGYU. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE BOVINOS DA RAÇA WAGYU. **Tipificação**, 2025. Disponível em: <https://www.wagyu.org.br/tipificacao-carcaca/>. Acesso em: 15 de agosto de 2025.

ABCWAGYU. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO CRIADORES DE BOVINOS DA RAÇA WAGYU. **Carne Saudável**, 2025. Disponível em: <https://www.wagyu.org.br/carne-saudavel/>. Acesso em: 15 de agosto de 2025.

ABIEC. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS EXPORTADORAS DE CARNE BOVINA. Beef Report. **Perfil da pecuária brasileira**, 2025. Disponível em: <https://abiec.com.br/publicacoes/beef-report-2025-perfil-da-pecuaria-no-brasil/>. Acesso em: 15 de agosto de 2025.

BEEFPOINT. **Wagyu: Produz cortes de carne com extrema qualidade, sendo umas das mais valorizadas no mercado mundial [Projeto Raças]**. 2013. Disponível em: <https://beefpoint.com.br/wagyu-produz-cortes-de-carne-com-extrema-qualidade-sendo-uma-das-mais-valorizadas-no-mercado-mundial-projeto-racas/>. Acesso em: 01 de novembro de 2025.

GECOR. GRUPO DE ESTUDOS EM ESTRUTURAS COORDENADAS. **Estruturas de governança e garantia de direitos de propriedade: um estudo em sistemas de carnes nobres no Paraná. Relatório Final de Projeto**. Universidade Estadual de Maringá, PR. 2020. Disponível em: <http://ppa.uem.br/documentos/relatorio-final-cooperativas-1.pdf>. Acesso em: 29 de setembro de 2025.

GOTOH, T. et al. **Meat produced by Japanese Black cattle and Wagyu**. Animal Frontiers. Vol. 4, n. 4, p. 46-54, october, 2014. Disponível em: <https://academic.oup.com/af/article/4/4/46/4638819>. Acesso em: 15 de agosto de 2025.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Trimestral de Abate de Animais**, jan-mar, 2025. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9203-pesquisas-trimestrais-do-abate-de-animais.html?edicao=43633>. Acesso em: 16 de agosto de 2025.

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisaukas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	--

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Trimestral de Abate de Animais**, jul-set, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9203-pesquisas-trimestrais-do-abate-de-animais.html?edicao=42101>. Acesso em: 16 de agosto de 2025.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Trimestral de Abate de Animais**, out-dez, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9203-pesquisas-trimestrais-do-abate-de-animais.html?edicao=42894>. Acesso em: 16 de agosto de 2025.

NOGAMI, O. **Economia e Mercado**. 1ª ed. Curitiba, PR: IESDE, 2019. 144p.

OLIVEIRA, F. et al. **Cadeia produtiva da carne bovina no Brasil**. Revista Interação Interdisciplinar, Unifimes, Minas Gerais, v.01, n. 1, p. 229-244, Jan-Jul 2017. Disponível em: https://publicacoes.unifimes.edu.br/index.php/interacao/pt_BR/article/view/159. Acesso em: 20 de agosto de 2025.

OLIVEIRA, T. S. M. **Marketing Digital e Novas Mídias**. 2.ed. Curitiba-PR. IESDE Brasil. p. 134. 2018.

REAGRO. **Como Realizar um Projeto Pecuário em Fazenda de Gado de Corte**. S/D. Disponível em: <https://rehagro.com.br/blog/um-projeto-pecuario-de-sucesso-se-inicia-pelo-diagnostico/>. Acesso em: 22 de agosto de 2025.

SANTIAGO, M. P. **Gestão de Marketing**. 2.ed. Curitiba-PR. IESDE Brasil. p.196.2018.

SARCINELLI, M. F; VENTURINI, K.S; SILVA, L. C. **Produção de Bovinos: tipo carne**. Boletim Técnico-PIEUFES00307. Universidade Federal do Espírito Santo, 2007. Disponível em: https://www.agais.com/telomc/b00307_carne_bovinodecorte.pdf. Acesso em: 20 de agosto de 2025.

SEMADESC. SECRETARIA DE ESTADO DE MEIO AMBIENTE, DESENVOLVIMENTO CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO. **Com Filé a 4,4 mil o quilo, gado japonês Wagyu tem 50 criadores no Brasil**, 2015. Disponível em: <https://www.semadesc.ms.gov.br/com-file-a-44-mil-o-quilo-gado-japones-wagyu-tem-50-criadores-no-brasil/>. Acesso em: 12 de setembro de 2025.

Análise mercadológica da raça Wagyu com a utilização dos 4Ps.	Victor Augusto de C. Lopes; Iler Alisauskas; José S. Pena; Areta L. da Silva.
---	---

SMITH, S. B. **The production of High-Quality Beef with wagyu cattle.** Departamento of Animal Science College Station, Texas University, Nov, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/283487914_The_Production_of_High-Quality_Beef_with_Wagyu_Cattle. Acesso em: 01 de setembro de 2025.

TANIMAKA, T. et al. **Análise da Viabilidade Econômica de um Rebanho de Gado de Corte da raça Wagyu em Ciclo Completo.** Revista iPecege 1(2), pag 44-58, 2015. Disponível em: <https://revista.ipecege.org.br/Revista/article/view/12/13>. Acesso em: 01 de setembro de 2025.

WAGYUBRASIL. **Criação.** S/D. Disponível em: <https://www.wagyubrasil.com/o-wagyu/criacao/>. Acesso em: 01 de setembro de 2025.

WAGYUBRASIL. **Marmoreiro.** S/D. Disponível em: <https://www.wagyubrasil.com/marmoreio/>. Acesso em: 01 de novembro de 2025.

WHATELY, M. **Carne Wagyu conheça mais este mercado de carne bovina Premium com alto marmoreio.** Beefpoint, 2012. Disponível em: <https://beefpoint.com.br/carne-bovina-wagyu-premium-mercado-marmoreio/>. Acesso em: 03 de novembro de 2025.

ZANELLA, R. **Bovinos da raça Wagyu. Uma raça ainda desconhecida no Brasil. Características raciais.** 2009. Disponível em: https://pt.engormix.com/pecuaria-corte/conjuntura-genetica/bovinos-raca-wagyu-raca_a36819/. Acesso em: 10 de setembro de 2025.