

DESAFIOS DE MERCADO E FATORES DE COMPETITIVIDADE NA SUINOCULTURA

Fernando Antonio Pereira
Diretor Superintendente da Agrocere PIC
Fernando@agrocere.com.br

Após um duro período enfrentado pelos produtores de suínos durante 2002 e boa parte de 2003, finalmente a atividade entrou em fase de recuperação. O planejamento do novo ano que se aproxima requer uma cuidadosa avaliação dos desdobramentos dos principais fatores que estão determinando o atual período favorável. Mais do que isto, exige uma reflexão de quais impactos terão a nova conjuntura desta atividade nas oportunidades de investimento e nos fatores que determinarão a competitividade de cada negócio no curto, médio e longo prazo.

A suinocultura brasileira não pode mais ser vista com os olhos da década passada. O novo posicionamento do agronegócio brasileiro no cenário doméstico e internacional, o colossal salto das exportações de carne suína brasileira neste início de século e a reestruturação da cadeia pelos investimentos que vem ocorrendo e pela consequência da forte crise, ainda recente, exige revisão detalhada de muitos dos paradigmas anteriores. As mudanças, mesmo que fortes, em qualquer cadeia produtiva são mais facilmente percebidas e compreendidas depois que elas ocorrem. Por outro lado, a competitividade de um determinado agente de um dos elos desta cadeia está fortemente dependente da percepção e compreensão de tais mudanças durante sua ocorrência e, se possível, antes que elas ocorram.

Uma análise de mercado para a Suinocultura brasileira deve contemplar, necessariamente e isoladamente, o mercado interno e o externo.

A grande força matriz do excepcional aumento das exportações brasileiras de carne suína nos últimos anos tem sido o custo. Esta vantagem comparativa em relação a todos os grandes produtores e exportadores mundiais é notória e provavelmente perdurará no longo prazo. Entretanto, temos que considerar que o preço é apenas um dos fatores que determinam a competitividade das exportações e que o grande salto que poderia ser dado, sustentado por este fator já o foi, qual seja a conquista de um dos maiores importadores, a Rússia.

Os grandes empecilhos para se seguir crescendo nas exportações, à partir de agora, serão as barreiras não tarifárias tais como sanidade, meio ambiente, bem-estar animal, segurança alimentar e rastreabilidade. Temos

evoluído e há condições para seguirmos evoluindo rapidamente no atendimento a estas questões, mas elas terão que ser prioridade constante da agenda do setor por muito tempo e há grandes gargalos a serem solucionados. Olhando a curto prazo, parece não haver espaço para forte incremento das exportações, salvo a ocorrência de algum fato novo no cenário internacional. Mas há espaço para seguirmos com ganhos incrementais do volume exportado e diversificando da pauta de clientes importadores. Enquanto isso é necessário evoluir na solução das barreiras atuais, principalmente a sanitária, que impedem a conquista de novos grandes clientes como o Japão, Mercado Europeu e mesmo o Norte Americano.

Quando analisamos o mercado interno para a carne suína, vemos que há um forte predomínio de pontos favoráveis, senão vejamos:

- a população brasileira já ultrapassa 180 milhões de pessoas e cresce a uma taxa próxima de 1,5% ao ano. Isto significa que qualquer crescimento no consumo per capita - e isto vem ocorrendo historicamente e há muito espaço para ganhos adicionais – demandará substancial demanda extra de carne suína. Complementando o crescimento da demanda interna, temos um adicional acima de 2,5 milhões de brasileiros a cada ano, em decorrência do crescimento demográfico. Isto significa que para cada Kg de aumento no consumo per capita é necessário aumentar a produção em 180 mil toneladas (equivalente carcaça). Traduzindo isto em necessidade de matrizes reprodutoras, em granjas de alta eficiência que vendem 24 terminados de 100 Kg de peso vivo por matriz por ano, faz-se necessária a adição de aproximadamente 104 mil matrizes em produção. Já para o atendimento da demanda de pelo menos 2,5 milhões de novos brasileiros a cada ano, com o consumo atual de 12 Kg per capita, é necessário aumentar cerca de 17 mil matrizes.
- um dos grandes limitadores para o aumento do consumo per capita é a renda. Portanto, estamos em um setor que, como os demais setores que produzem alimentos primários, tem forte dependência do crescimento da economia. Felizmente, neste momento, as projeções mostram que há possibilidade de termos um crescimento maior e mais consistente nos próximos anos, mas devemos sempre ter em conta que continuaremos por muito tempo com uma economia bastante vulnerável a fatores internos e externos, se comparado aos países desenvolvidos.
- outro fator que influencia substancialmente o consumo per capita é a preferência do consumidor pela carne suína em relação a outras carnes concorrentes. Há fortes sinais de que isto vem evoluindo favoravelmente, fruto de esforços de entidades e empresas do setor, além da “descoberta” da carne suína para os churrascos que já que se tornaram preferência nacional nos restaurantes especializados, festas e reuniões de famílias. Há ainda, entretanto, muitas barreiras a serem transpostas e muitas oportunidades para se lograr um aumento substancial e consistente no consumo da carne suína.

Existe uma frase muito verdadeira que diz: “*A qualidade da decisão nunca é melhor do que a qualidade da informação*”. E o Prof. Vicente Falcone, da FDG, procura reiterar nas suas orientações de Gestão pela Qualidade: “*Somente aquilo que é medido é gerenciado. O que não é medido esta à deriva*”. Pois bem, usando estas afirmações podemos identificar dois pontos fracos da cadeia da carne suína brasileira, que certamente constituem grandes oportunidades para melhoria de competitividade:

- I. Muitas das informações estatísticas da suinocultura brasileira são imprecisas e insuficientes. Por isso comprometem sobremaneira a qualidade das análises e as decisões delas decorrentes. A solução deste problema não cabe somente ao governo, mas também a todas as entidades do setor, agindo de forma coordenada.
- II. Uma grande parte dos nossos suinocultores tem controles internos deficientes e tomam suas decisões com base no “achômetro”, em experiências passadas ou em outros fatores momentâneos que o influenciam. É certo que isso acarreta decisões equivocadas e perda de competitividade. Ao mesmo tempo, o crescimento da suinocultura brasileira e mundial está ocorrendo e ocorrerá principalmente pelo aumento da produtividade e não pelo aumento do número de matrizes, o que traz um risco crescente para quem administra seu negócio desta forma. Há ainda um número expressivo de suinocultores refratários à adoção de tecnologia, tornando seu negócio cada vez mais distante daqueles mais eficientes. Alguns princípios que devem nortear uma administração eficiente são:
 - *Jamais use a média do mercado como referência para medir sua eficiência interna, use os 10% melhores;*
 - *Lucratividade está intimamente relacionada com adoção imediata e eficaz de nova tecnologia;*
 - *“Nunca confundir atividade administrativa com produtividade administrativa”*. Ou seja, ter alta dedicação e estar o tempo todo ocupado com o negócio não é necessariamente estar produtivo. E sem informações concisas e capacitação adequada, tanto individual quanto da equipe, não é possível alta produtividade.

Como conclusão, podemos destacar o seguinte:

1. O Brasil já conquistou importante espaço no cenário da suinocultura internacional e pode indubitavelmente, evoluir para ser um dos grandes líderes neste setor, a exemplo do que já ocorre na avicultura. Entretanto, há importantes gargalos que limitam um novo salto das exportações e que necessitam ser superados.
2. É grande o predomínio de oportunidades que devem ser exploradas no mercado interno, com ações eficientes de marketing, envolvendo todos os principais agentes da cadeia.
3. A competitividade crescente entre produtores exige alta eficiência administrativa para possibilitar sobrevivência com rentabilidade.

4. A informação, no seu aspecto qualitativo e quantitativo, é um dos grandes gargalos da cadeia da carne suína brasileira e deve ser posta como prioridade e de forma articulada pelos órgãos públicos e privados relacionados com o setor.