

Vamos cometer novos erros, mas não os mesmos.

Por Osler Desouzar

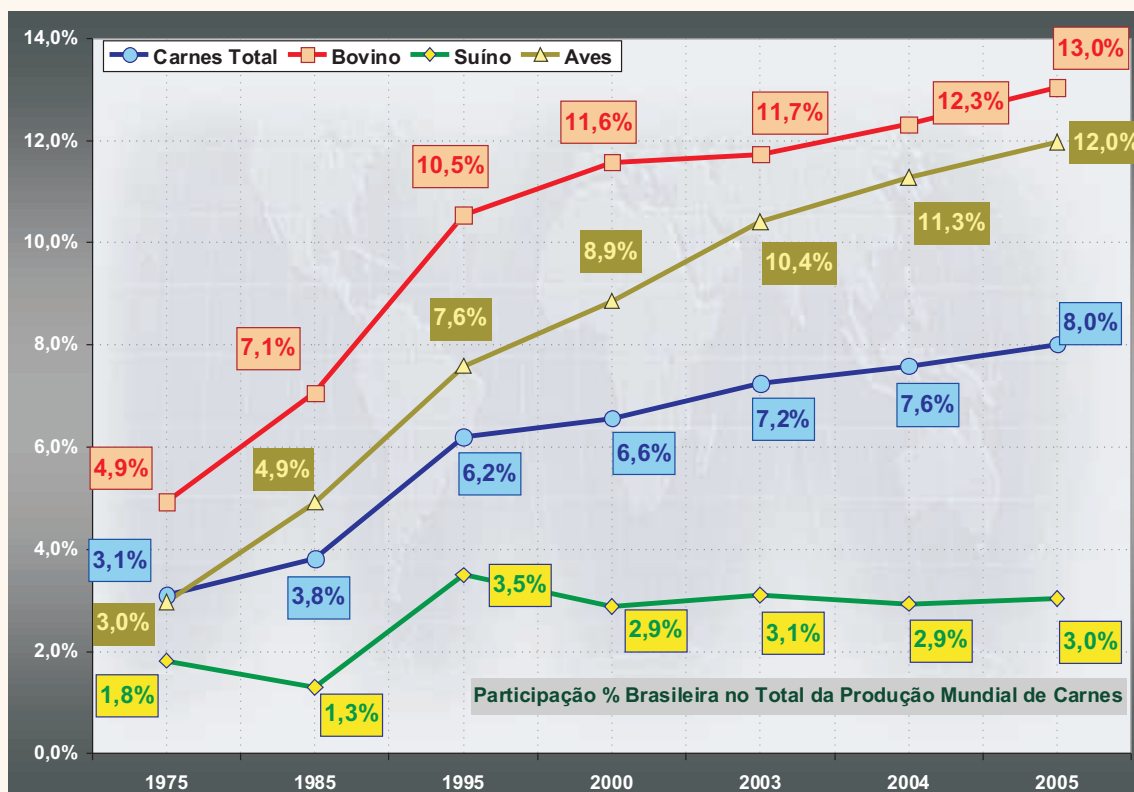
Nos últimos 30 anos, o Brasil se tornou uma potência agropecuária global. Esta afirmação é sustentada pela evolução da produção brasileira do setor e sua importância mundial, apreciáveis nos dados expostos a seguir.

Evolução da Produção de Carnes no Mundo e no Brasil Em 000 t

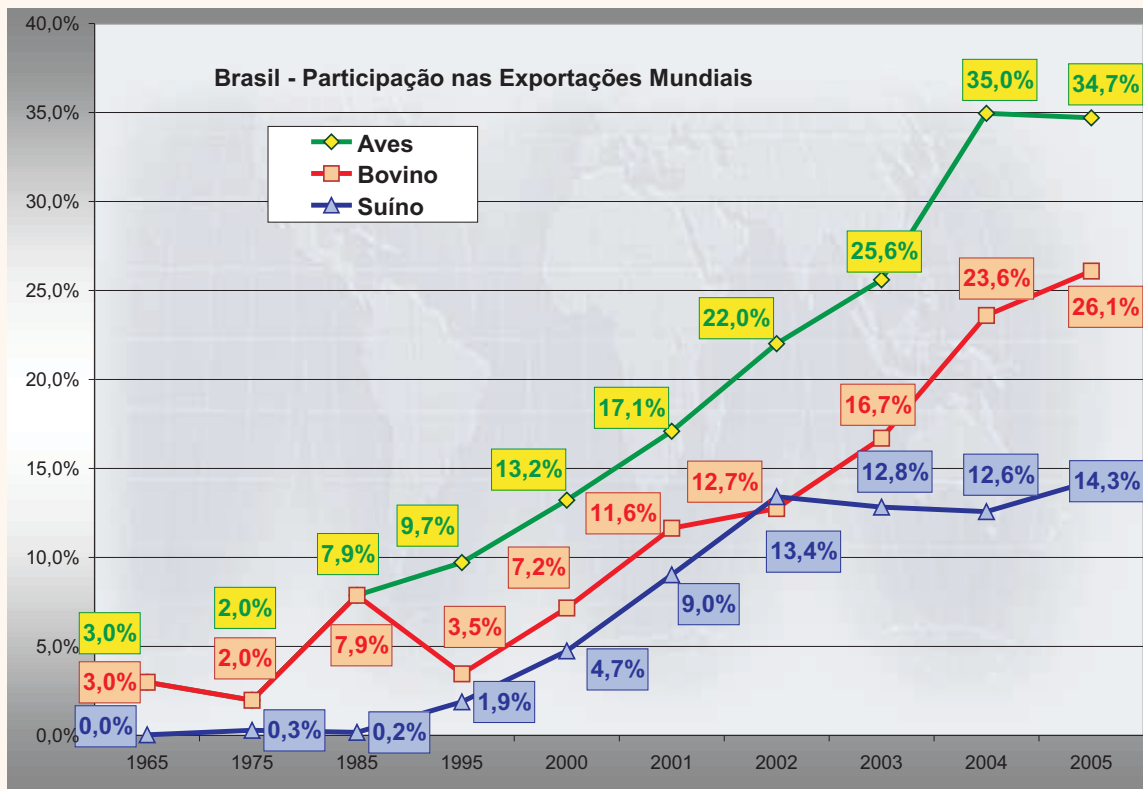
	1975			2005			Δ 2005/1975	
	Mundo	Brasil	Δ	Mundo	Brasil	Δ	Mundo	Brasil
Carnes Total	115.764	3.590	3,1%	268.105	21.473	8,0%	231,6%	598,2%
Bovino	43.725	2.157	4,9%	64.271	8.375	13,0%	147,0%	388,3%
Suíno	41.674	760	1,8%	103.697	3.150	3,0%	248,8%	414,5%
Aves	18.683	554	3,0%	81.881	9.800	12,0%	438,3%	1768,4%

Observem que o crescimento da produção brasileira de todas as carnes foi de 2,5 vezes a da média mundial, oscilando entre o 1,66 vez da carne suína, o 2,64 vezes a da carne bovina e até o 4,03 vezes da carne de aves.

O Brasil que em 1975 representava 3,1% da produção de carnes do mundo finalizou 2005 respondendo por 8,0% da produção mundial.



Além de grande produtor, o Brasil se tornou um dos principais abastecedores do mercado internacional de carnes, disputando a liderança das exportações de carnes de aves com os Estados Unidos e a de carnes bovinas com a Austrália. Quanto à carne suína, apesar de termos vários mercados bloqueados às exportações brasileiras, estas se desenvolvem a partir de 2001, mesmo enfrentando obstáculos sanitários e pseudo-sanitários, e fazem com que o Brasil fechasse o ano de 2005 como 4º maior exportador mundial, superado pela CEE-25 com 1.160,0 mil toneladas, pelos USA com 1.027,0 mil e pelo Canadá com 980 mil.



Anedoticamente tenho falado com freqüência na "Lei de Osler" que evidentemente não existe e nem tem base universal suficiente para ser enunciada. Como ela não existe e nem pode cientificamente ser enunciada, batizei-a com o meu nome ao enunciar-la no âmbito de meus clientes e de meus candidatos a clientes. Aliás, vários desses candidatos a clientes continuaram só como candidatos, possivelmente quando a enunciava.

O que diz a lei inexistente e não enunciada?: Exportar até 20% da produção submete a empresa a uma confrontação qualitativa que a aprimora, ajudando-a em sua luta para que sobreviva à competição global. Exportar mais de 30% da produção coloca a empresa em dependência de fatores externos, cuja gravidade é inversa e diretamente proporcional ao número de mercados externos onde a empresa atua.

Vejamos a quanto andamos no Brasil e no Mundo em termos de globalização dos mercados de carnes. Em 1975 quando nacionalismo, protecionismo e tribalismo estavam em plena moda apenas 2,7% da produção mundial e 1,7% das carnes produzidas no Mundo e no Brasil, respectivamente, eram exportados. Esse fechamento fazia o gáudio de muitos, tanto que há quem persiga esses momentos felizes até hoje, sonhando com um mundo utópico em que todos são auto-suficientes, até em suas insuficiências.

Nesse mundo utópico todos sonhavam em produzir, mesmo que mal e sem qualquer competitividade ou condições naturais de produção. Os países ricos do Hemisfério Norte possuíam tesouros nacionais suficientes para que desde o PAC (Política Agrícola Comum da Comunidade Econômica Européia) da década de 60 subsidiassem os pobres coitados de seus agricultores que necessitavam desses subsídios para sobreviverem como produtores. Protegidos por tarifas, fechamentos aduaneiros e sanitários, e estimulados por subsídios, os produtores dos países ricos produziam abundantemente muito além das necessidades. Surgia então a necessidade de exportar o que obrigava aos governos socorrerem seus pobres agricultores, que sem subsídios à exportação não conseguiam exportar.

E os países em desenvolvimento e menos desenvolvidos do mundo? Tornaram-se menos desenvolvidos e mais em desenvolvimento ainda do que já eram, na medida em que tinham seu acesso aos mercados dos países do Primeiro Mundo restringido. Além disso, os agricultores dos países mais pobres sofriam em seus mercados a concorrência das generosas "food aids", ajuda humanitária em alimentos provenientes dos países mais ricos. Seria de ir às lágrimas com essa generosidade se tais doações não coincidisse mais com as situações de superprodução dos países desenvolvidos do que com as situações de fome nos países menos desenvolvidos.

Naturalmente, essas doações ditas humanitárias eram extremamente bem-vindas pelos governantes dos países pobres, já que comida barata nos grandes centros urbanos é uma das melhores formas de populismo inconseqüente daqueles que só tem compromissos com suas perpetuações no poder, ainda que à custa da acentuação da miséria no campo e à perpetuação do subdesenvolvimento em seus países. É a fórmula romana secular e eternamente nova do “Pão e Circo”.

A situação internacional do “quem pode mais chora menos” perdurou até que as conclusões das Rodadas do Uruguai aportassem a esperança de que esse círculo vicioso pudesse ser rompido. Ocorre então um processo de maior abertura do comércio internacional que é bem ilustrado pela tabela abaixo quando comparamos o percentual da produção mundial das principais carnes que era comercializado em 1975 com o de 2005.

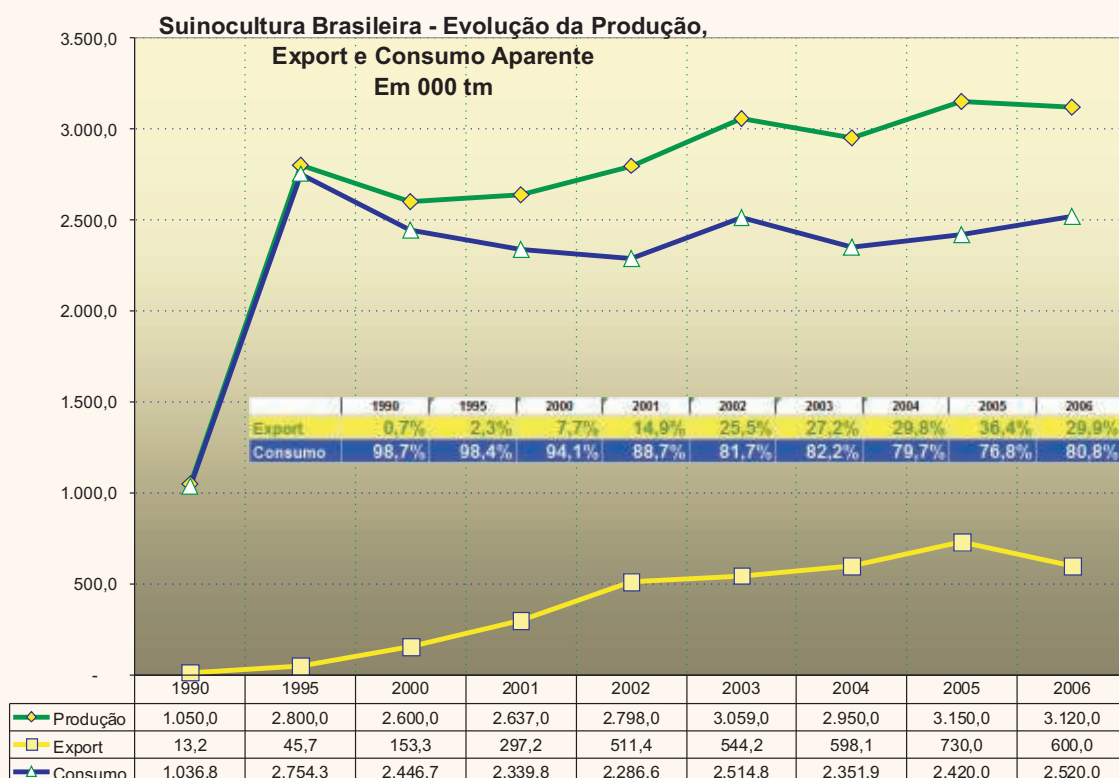
	1975		2005	
	Mundo	Brasil	Mundo	Brasil
Bovino	7,1%	2,8%	7,4%	19,7%
Suíno	4,8%	0,8%	8,0%	23,2%
Aves	3,6%	0,6%	10,1%	30,4%

Esse quadro permite ainda, sem que seja exercício fútil e vazio de loas e encômios, que se reitere o dinamismo comparativo das exportações brasileiras e, também, que se houvesse a não enunciada Lei de Osler, que tanto a suinocultura quanto a avicultura brasileiras nela se enquadrariam.

Em alguns debates recentes sobre a situação atual da suinocultura brasileira alertei para o fato de que exportação não é uma panacéia capaz de curar todos os males. Alguém em Brasília perguntou-me porque eu era contra a exportação. Não o sou até porque seria de uma incoerência exemplar para alguém que passou mais de 30 anos vendendo carnes ao exterior, ainda que Brasília tenha o poder de aparentemente colocar em cheque a coerência das pessoas.

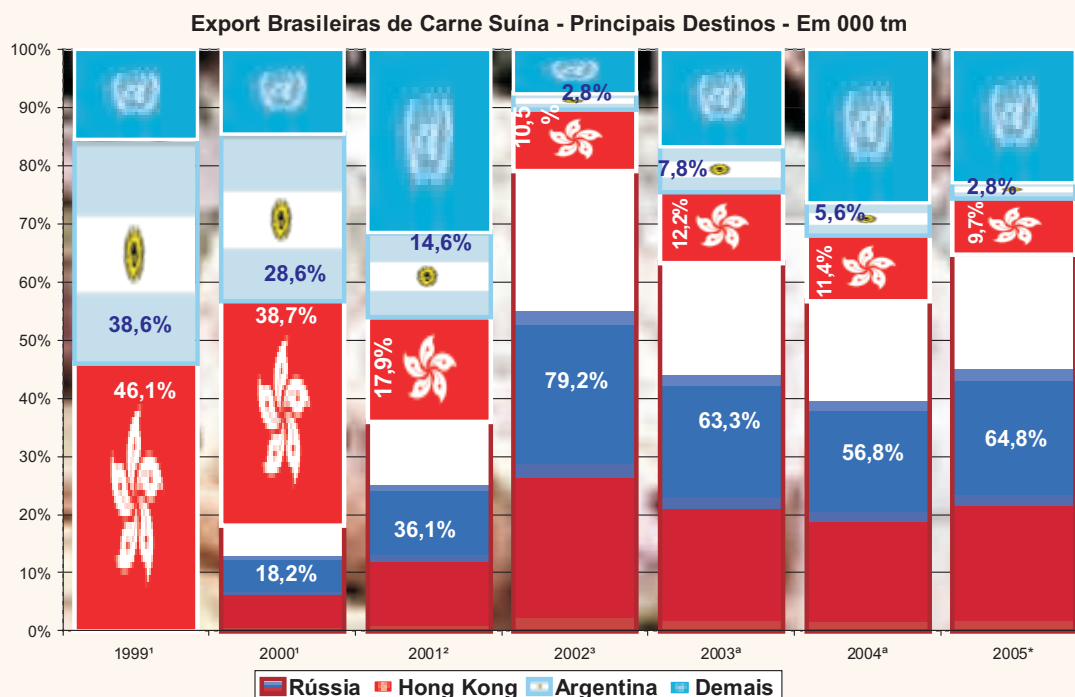
Entretanto, é lícito estar preocupado com o fato de que a suinocultura brasileira de esteja baseando seu crescimento em cima de exportações concentradas em cima de uns poucos mercados, com base, sobretudo na Rússia.

O gráfico abaixo deixa patente esta afirmação, na medida em que demonstra que a expansão da produção a partir do ano 2000 centra-se em exportações, enquanto o mercado doméstico oscila nesse longo período em torno de 200 mil toneladas mensais.



Se a base de expansão é exclusivamente as exportações e estas são concentradas, basta uma crise no nosso principal mercado, a Rússia, para que essa se torne uma crise de todo o setor.

Acredito que já tenha apresentado em artigo anterior o gráfico que se segue, mas infelizmente vejo na contingência de ter que me repetir, na medida em que a causa das recentes crises freqüentes da suinocultura residir no mesmo fator a fragilidade do mercado doméstico brasileiro de carne suína.



Fonte: d:\Dados\Países\Brasil\Suínos\Export suínas Brasil 2005 Principais destinos (1).xls

As exportações concentradas em uns poucos mercados não é uma opção dos exportadores brasileiros, mas simplesmente traduz o fato de que a maioria (67,2%) dos mercados mundiais de carne suína está fechada ao Brasil.

O quadro ao lado é revelador das dificuldades que enfrentam os produtores-exportadores brasileiros e torna ainda mais meritório o desempenho que alcançaram nos últimos anos, guindando o país à posição de quarto maior exportador mundial.

Carne Suína - Importações Mundiais - 000 tm							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%
Mundo	3307,0	3480,0	4119,1	4367,6	4468,8	4745,6	2005
Japão	889,8	961,4	1046,0	1029,8	1195,6	1225,0	25,8%
Rússia	241,3	405,7	640,0	559,2	497,2	550,0	11,6%
USA	435,6	428,0	480,2	534,4	497,2	463,0	9,8%
México	245,5	262,6	288,9	324,2	391,2	360,0	7,6%
Coréia do Sul	172,3	125,3	155,4	154,9	218,0	325,0	6,8%
Hong Kong	225,9	238,8	247,8	289,4	319,2	290,0	6,1%
Romênia	34,6	54,1	84,8	107,0	147,6	200,0	4,2%
Polônia	40,6	22,4	50,0	53,6	107,4	175,0	3,7%
Canadá	72,6	93,6	94,8	93,0	103,2	140,0	3,0%
Rep. Tcheca	20,1	22,3	33,3	39,5	74,9	135,0	2,8%
Singapura	71,7	68,9	74,8	81,7	84,5	100,0	2,1%
Ucrânia	10,2	4,5	6,1	26,1	76,8	100,0	2,1%
Austrália	38,4	34,7	48,4	58,2	65,8	80,0	1,7%
Filipinas	38,0	33,0	39,0	34,1	37,8	45,0	0,9%
Croácia	23,0	26,0	32,8	34,1	40,1	45,0	0,9%
China	166,0	115,1	175,1	179,8	84,9	37,0	0,8%
Angola	12,0	17,0	23,0	23,5	28,3	30,0	0,6%
Taiwan	35,0	11,4	22,9	37,8	45,7	30,0	0,6%
África do Sul	11,6	9,1	9,1	19,4	23,7	27,0	0,6%
Nova Zelandia	17,2	17,0	21,4	24,0	23,4	24,0	0,5%
Argentina	62,8	58,0	11,8	35,4	28,8	20,8	0,4%
Suíça	17,2	10,0	11,7	14,8	17,1	20,0	0,4%
Cuba	16,9	21,7	18,5	14,8	15,7	18,0	0,4%
CEE	63,8	64,0	62,3	74,9	19,0	18,0	0,4%
Guatemala	7,6	7,5	7,5	9,0	9,6	12,0	0,3%
Uruguai	7,3	9,7	7,5	9,4	10,0	12,0	0,3%
Colômbia	5,3	5,4	4,2	2,5	1,9	3,0	0,1%
Demais Países	324,7	352,7	422,1	503,1	304,2	260,8	5,5%

Carne Suína - Importações Mundiais -2005		
Brasil proibido	3187,0	67,2%
Brasil aberto	827,8	17,4%
Vagalume	550,0	11,6%
Demais Países	260,8	5,5%

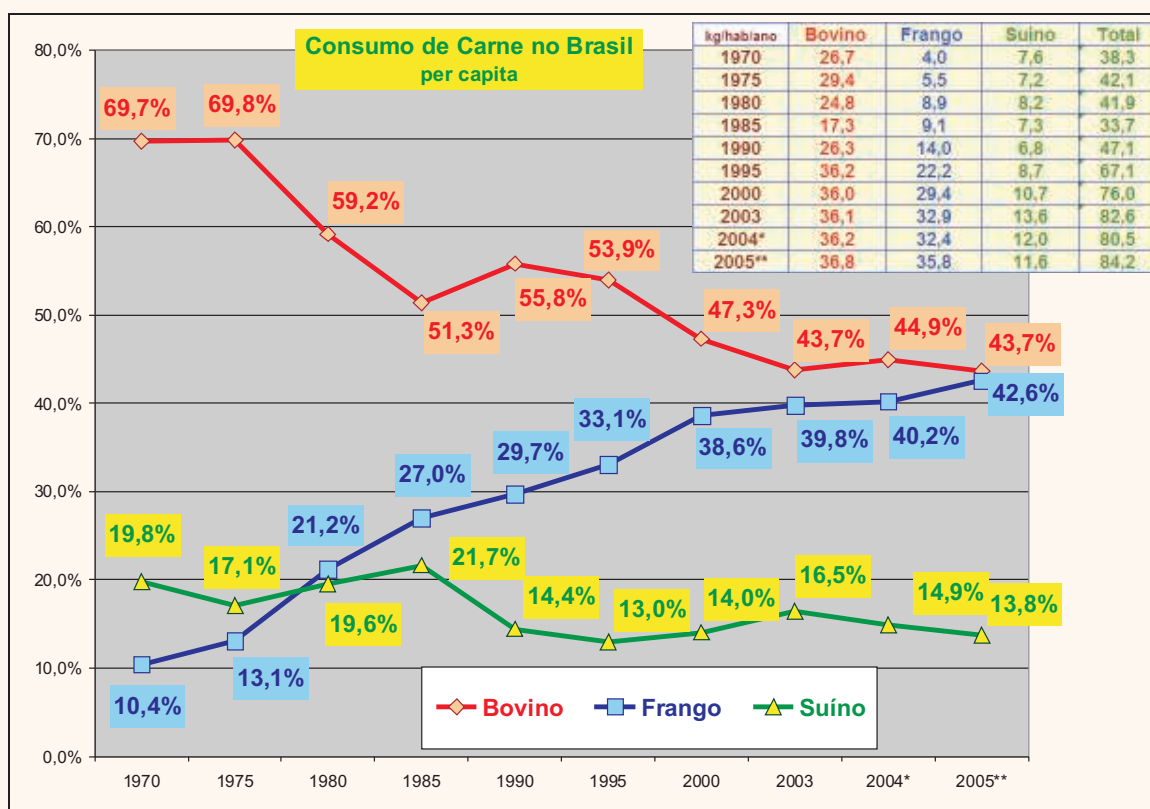
Os motivos da nossa falta de acesso são inúmeros, alguns ou mesmo muitos de base científica justificável. Quando eclode um episódio de febre aftosa, adia-se a consecução da meta de abertura de mercados como o japonês, do NAFTA e da própria CEE.

A CEE é, na realidade, um grande produtor-exportador de carne suína, mas até 1978 exportávamos carne suína para a Europa. Voltar a ter o direito de freqüentar aquele mercado aportaria ao setor uma excepcional confrontação qualitativa e fixaria para a nossa suinocultura novos patamares a serem superados. Acredito, sem qualquer ufanismo ou verve encomiástica, que a capacidade de adaptação dos produtores brasileiros a exigências de mercados e a busca de superação que caracteriza o produtor agropecuário brasileiro seriam capaz de surpreender.

Em resumo, acredito no nosso futuro e na afirmação publicada em periódico econômico inglês de que o Brasil está para o agronegócio assim como a China está para a indústria e a Índia para o setor de serviços. Para alcançarmos o futuro, temos que sobreviver às dificuldades do presente.

Nos últimos trinta anos, a bovinocultura e avicultura se projetaram internacionalmente, conforme demonstram os gráficos acima apresentados, de participação brasileira na produção e exportação de carnes. Nossa suinocultura, entretanto, não acompanhou o mesmo dinamismo e, de certa maneira, estacionou em 3% da produção mundial.

Além disso, a carne suína, em 1970, representava 1/5 do consumo total de carnes, percentual que se reduz a >14% nos dias de hoje. Ou seja, mais do que estacionar, demos marcha-à-ré no mercado doméstico e perdemos, dessa forma, uma base constante de demanda e uma plataforma sólida para a construção de uma liderança exportadora. Não há caso de potência exportadora com pé de barro no mercado doméstico.



A construção da liderança exportadora da suinocultura passa pela construção de um mercado interno sólido, dever de todos os que militam na cadeia produtores, agroindústrias, fornecedores, comerciantes, varejistas e mesmo consumidores. Não é o objeto deste artigo dizer o que acho que deve ser feito, embora em artigo anterior já o tenha dito, mas propagar a idéia de que se impõe fazer algo e, sobretudo, fazê-lo juntos.

A carne bovina, que sofreu também as conseqüências do último episódio de febre aftosa, deixa o setor suinícola admirado quando bate recordes de exportação, demonstrando o valor da desconcentração dos mercados externos e de uma base sólida de demanda doméstica.

O setor avícola enfrentou a súbita queda de demanda de seus mercados externos. Reduziu os preços nos meses de fevereiro até parte do mês de abril deste ano e, assim, corrigiram com a força do mercado doméstico sua situação de excesso de estoques de produtos acabados e de campo.

E a nossa suinocultura? A febre aftosa fechou o mercado russo e isso significou perder 65% de suas exportações. Ao contrário do setor bovino, não havia mercados externos alternativos e, ao contrário deste e do setor avícola, não havia um potente mercado doméstico capaz de absorver os excessos produtivos. O resultado é um setor em crise, prejuízos que se acumulam, animais retidos no campo com pesos muito superiores ao que imaginávamos possíveis e um desânimo coletivo na suinocultura.

Acredito que, no momento em que concludo este artigo, a 1º de julho de 2006, a missão russa tenha chegado ao Brasil e inicie reuniões com o Ministério da Agricultura na próxima semana. Durante este mês de julho, farão a coleta de dados e retornarão a Moscou onde prepararão seu relatório que poderá levar à re-abertura das exportações para a Rússia para a maioria dos estados, já que esta crise demonstrou que o conceito de “regionalização de fato” está reconhecido pelas autoridades sanitárias russas. Tal re-abertura poderá significar uma retomada das exportações para aquele país em setembro próximo.

Estou certo que o setor saudará esse evento e temo mesmo que um entusiasmo tome conta de segmentos do setor, e que se lance a alojamentos baseados na esperança, entusiasmo e no “achismo”, que são os melhores instrumentos para uma nova crise.

O setor deve aprender com a caríssima lição da atual crise: não podemos basear o desenvolvimento da suinocultura nacional na exportação, principalmente quando concentrada em um único mercado.

O crescimento da suinocultura deve estar baseado numa união de esforços entre produtores, indústria, fornecedores, academia e autoridades, visando promover a demanda interna por carne suína, a abertura de novos mercados externos e a manutenção dos existentes, principalmente o mercado russo.

Essas metas passam por que a agropecuária nacional receba a mesma prioridade de recursos que segmentos da assim chamada agricultura familiar, até porque poucos setores são tão interligados com a verdadeira agricultura familiar quanto a avicultura e a suinocultura. Ditos recursos têm que ser não só orçamentariamente alocados, mas sobretudo liberados, pois não se conduz uma defesa sanitária eficiente com discursos e recursos no papel.

A preservação do mercado russo é também responsabilidade dos exportadores brasileiros que muitas vezes conduzem uma corrida para ver quem consegue abaixar o preço do mercado internacional mais rapidamente que o outro, e sem necessidade, bastando para isso que os importadores e agentes os emprenhem pelos ouvidos dizendo que seu concorrente brasileiro abaixou seus preços. Parem com essa verdadeira tradição de sempre abaixar preços ao menor grito de “concorrência”.

O mundo se preocupa mais com a competitividade brasileira em carnes do que com os riscos sanitários que nossas carnes possam oferecer aos seus plantéis e aos seus consumidores. Vários produtores nos mercados de destino das exportações brasileiras de carnes reclamam da postura predatória dos preços das exportações brasileiras de carnes.

A suinocultura russa deseja refazer sua produção e para isso conta com o apoio e o suporte de seu governo, numa postura absolutamente correta do governo russo, cujo dever e obrigação é

de cuidar dos seus e não dos nossos. Por mais que queiram, entretanto, a produção russa de carnes suínas não se expandirá na mesma velocidade que seu consumo, fazendo com que a Rússia se torne um mercado que dependerá de importações para o equilíbrio dessa oferta.

Os produtores russos adorariam que as importações de carnes suínas fossem banidas, não só as provenientes do Brasil, mas todas. Entretanto, possuem fatos e dados para demonstrar ao seu governo que, cada vez que o Brasil está aberto, os preços no mercado russo despencam e o mesmo não se passa em relação a outros países fornecedores.

O Brasil não deve se apresentar como Átila, o Huno, no mercado russo, pois os russos defenderão os russos. Ao invés da condução de uma política comercial que privilegie participação e manutenção de mercado, temos privilegiado volumes e os obtemos via preço, normalmente competindo com nós mesmos, pois nenhum produtor-exportador mundial pode competir com a eficiência de custos da produção brasileira.

A eficiência que temos até a porta da granja e na plataforma de embarque do frigorífico, temos a obrigação de ter na comercialização. Se achamos que participação de mercado se obtém pela política de baixar preços a cada venda, rapidamente constataremos a facilidade com que mercados nos são fechados por razões sanitárias, razoáveis ou não, e pelo princípio da precaução.

Quando era operador de mercado internacional, defendi o conceito da CUC, uma Central Única de Comercialização, onde as empresas teriam assento operacional na condução de uma política coordenada de venda externa. Essa idéia se perdeu, junto com os meus cabelos e ilusões, ao longo do tempo.

Nada, entretanto, impede que os líderes empresariais forcem seus operadores de mercado a abandonar a política de Oceano Vermelho, onde todos perdem. Acho engraçado que, ao longo da minha vida nas grandes corporações, vi colegas do setor de campo perder seus empregos quando seus índices de produção baixavam 5%, e colegas da produção ter o mesmo destino se suas performances não fossem as mais perfeitas, sendo perdas no processo produtivo quase um crime punível com demissão sumária.

Entretanto, na área comercial nós baixávamos 10% as cotações e poucos foram os que perderam seus empregos, bastando atribuir a culpa ao seu concorrente. Eu tinha um gerente comercial que algumas vezes entrou na minha sala para dizer que um de seus concorrentes era uma besta quadrada, um imbecil perfeito e um quadrúpede, pois acabara de baixar seus preços de venda, e que ele, inteligente, profissional competente e bípede, tinha sido obrigado a baixar os seus para acompanhar “o mercado”, como se “mercado” sempre fosse determinado pelo menor preço existente, o que faria do Lada o carro mais vendido no mundo. Continuou sendo meu gerente e para tal bastou que abandonasse esse hábito, quase à custa de uma úlcera que lhe proporcionei. Hoje é meu amigo.

Essa prática de que mercado é a arte de fazer o menor preço se minimiza via treinamento, conscientização e acompanhamento de perto, o que hoje em dia é pomposamente chamado de “coaching”. Infelizmente, no Brasil não dispomos de centros de formação de negociadores internacionais e muito pouco é usado pelas empresas do setor no treinamento de seus profissionais de venda internacional. Prefiro omitir-me de comentários sobre as faculdades de comércio exterior existente, pois estou seguro que a visão que tenho é injusta, com inúmeros estabelecimentos de qualidade que devem existir. Minha visão, algo negativa, foi formada a partir da experiência com alguns Traders que operaram sob minhas ordens por pouco tempo.

Quantos eventos são anualmente realizados no Brasil visando aprimoramento de técnicas de produção a nível de campo e indústria? Centenas. E quantos eventos são realizados para treinamento dos Traders e dos profissionais de comércio exterior? E isso sem contar que os operadores de hoje cometem o mesmo erro que cometi: o da soberba de achar que sabe tudo e que não há ninguém que lhes possa ensinar nada.

Nossa (nós comerciais) soberba, ou sapato alto, explica só parte do mal. No Brasil, a área comercial habitualmente merece pouco respeito ou valor, sendo encarado por muitos como aquele bando de caras que fazem piadas, baixam os preços e só sabem pedir o impossível. Passei minha vida profissional na área comercial e constantemente ouvia de amigos ou conhecidos que pediam colocação ou estágio para parentes ou conhecidos: - “Osler, o importante é que ele/ela ganhe experiência. Serve qualquer coisa, até vendedor”. Lembrava, então, ao meu interlocutor, que

apesar do título “Sic Transit Gloria Mundi” que eu ostentava na ocasião, minha profissão era de vendedor.

Mercados são conquistados e mantidos por sedução eterna e não por estupro. Se na abertura do mercado russo que se aproxima cometermos o mesmo erro do passado recente, de sair tentando colocar as maiores quantidades possíveis, não tardará muito para que as pressões dos produtores russos ecoem em seu governo e que este feche seu mercado por um motivo “x”, “y” ou “z”, sanitário ou não, razoável ou não.

Quando da breve reabertura do mercado russo, o setor de produção da suinocultura brasileira não pode cometer o mesmo erro do passado recente e sair a alojar como se o céu fosse o limite. O limite não é o céu, mas a capacidade de se colocar a preços minimamente dignos o que se produz.

A exportação não é a solução, mas parte da solução que passa pelo desenvolvimento de um mercado interno sólido para a carne suína, sem o que o crescimento da suinocultura brasileira não terá sustentabilidade e se arrastará de crise em crise.

Já sabemos o que não dá certo. Podemos repetir os mesmos erros do passado recente e as conseqüências serão as mesmas da crise que estamos vivendo no setor desde outubro de 2005. Ou podemos inovar e fazer de forma diferente, o que poderá, inclusive, nos levar a cometer novos erros. Pelo menos terão o mérito de ser erros novos.

Elaborados pela ODConsulting com base em dados de 1975 da FAOSTAT. Os de 2005 são baseados em revisão de maio de 2006 elaborada pela FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations) - Commodities and Trade Division. d:\MD\Dados\Países\Brasil\Produção carnes em 65, 75, 85, 95, 00, 03 a 05 Brasil e Mundo rev.26.6.2006.xls

idem

Elaborados pela ODConsulting com base em dados da FAOSTAT. Não se usou a revisão de maio de 2006 na medida em que a mesma está sendo objeto de críticas para seu refinamento. Os dados desta relativos ao Brasil apresentam diferenças em relação aos números publicados por entidades brasileiras do setor. d:\Dados\Países\Brasil\Exportação carnes em 65, 75, 85, 93-05 Brasil e Mundo rev.may2006.xls

idem

d:\Dados\Países\Brasil\Produção-Export Carnes Brasil e Mundo 65, 75, 80, 85, 90 ...2006.xls. Elaborado por ODConsulting a partir de dados da FAOSTAT e da Divisão de Commodities e Comércio da FAO. Os números da FAO diferem dos publicados pela ABIEPCS em seu site que situam em 2005 a produção brasileira em 2.707,9 milhares de toneladas e as exportações em 625,3 mil t. Tal restringiria as exportações brasileiras a 23,1% do total produzido e situaria o mercado doméstico em 2.084 mil toneladas, ou seja, 174 mil toneladas mensais.