

O mercado quer gente

Em recente defesa de sua tese de mestrado na Universidade Federal de São Carlos, a engenheira agrônoma Mônika Bergamaschi, da Abag, explorou o perfil da demanda de profissionais para o agronegócio brasileiro.

O ineditismo e a oportunidade do trabalho deram maior ênfase à sua ótima qualidade. Com efeito, o nosso agribusiness está chegando ao fim de uma difícil transição ditada pela simultaneidade da estabilização da moeda, da abertura sem reservas do país ao comércio exterior e da retirada do Estado do assistencialismo à agricultura. Essa tríplice ocorrência obrigou, na última década, a um ajuste monumental em todos os setores da economia, e os agronegócios não foram exceção.

Os empresários do setor tiveram que mudar sua gerência com agilidade, prestando atenção à necessidade de muito maior eficiência nos seus controles, ao mesmo tempo em que eram submetidos a uma violenta concorrência externa, sem ter a quem pedir ajuda (pela falência das políticas públicas ligadas à agropecuária).

Obviamente, então, o profissional responsável pela condução das empresas das diversas cadeias produtivas também deveria ter se adequado a esses novos tempos, tivesse ele atuado antes, dentro ou depois das porteiras das fazendas, segundo a clássica definição de agribusiness (Goldberg, 1957).

A dissertação passa por uma extensa revisão bibliográfica que mostrou como estamos atrasados. Nos Estados Unidos, por exemplo, pesquisa semelhante havia sido conduzida em 1987, 13 anos atrás. Assim mesmo o estudo contém importante orientação para quem se interessa em trabalhar no agribusiness nacional. E algumas revelações surpreendentes.

O questionário que embasou a pesquisa, respondido por 404 empresas, especulava sobre o que o mercado desejava para um profissional em gerência do agronegócio. Eram cerca de 53 conhecimentos ou habilidades, divididos em seis grandes grupos: economia e gestão; tecnologias de produção; comunicação e expressão; qualidades pessoais; métodos quantitativos computacionais e sistemas de informação; e experiência profissional desejada.

A grande revelação é que entre as 53 características pesquisadas, as cinco mais exigidas se referem a qualidades pessoais. São elas: ter iniciativa, alto padrão moral e ético, tomar posições e defender idéias, trabalho em grupo e liderança. As três seguintes se referem a comunicação e expressão: expressar idéias oralmente, expressar idéias de forma escrita e falar clara e concisamente sobre informações técnicas. A nona exigência é lidar com estresse, falha ou rejeição, outro quesito de qualidades pessoais.

Só em cinco das 15 prioridades exigidas, houve interesse em conhecimentos sobre economia e gestão (análise e controle de custos e produção, planejamento estratégico, políticas agrícolas nacionais, marketing, gestão da qualidade). E a utilização de *softwares* gerais, o que faz parte do conhecimento em métodos quantitativos computacionais e sistemas de informação.

Assim, a grande surpresa é que, entre as 15 principais exigências de mercado, há fortíssima preferência por qualidades pessoais e habilidades em comunicação e expressão. Os itens ligados a tecnologias de produção ou a experiência profissional sequer estão citados.

O estudo tem outras surpresas, como a pouca preocupação com legislações internas, com a questão ambiental e com políticas agrícolas internacionais, mostrando que o agronegócio está apenas terminando a transição, ainda mergulhado em seus próprios problemas de competitividade.

Mas o recado está claro: o mercado quer gente, antes do técnico. Parece que a mensagem é óbvia: "Queremos gente, queremos caráter, queremos qualidades intrínsecas, porque o técnico se faz, mas gente nasce feita". Na verdade essa preferência não é exclusividade do agribusiness: outros setores anteriormente pesquisados já haviam sinalizado na mesma direção.

Talvez se possam extrair daí duas conclusões, uma bem geral e outra mais específica. A geral é que o mundo empresarial começa a reagir à destruição dos valores básicos da eqüidade, provocada pelo "casamento" da globalização com o liberalismo comercial. Ética, solidariedade, sentido coletivo passam a valer de novo, finalmente, enfrentando o reinado da ambição, do egoísmo, do individualismo, iniciado com a queda do Muro de Berlim. É uma reação mais do que bem-vinda.

E a específica é para a academia brasileira, na direção de que é preciso formar cidadãos, comprometidos com a história, com a geoeconomia, com a sociedade toda, mais do que com o técnico (embora esse seja também indispensável). Esse sinal deve ser entendido pela Universidade como uma espécie de alarme: se não formar o profissional que o mercado precisa, ela perderá boa parte do seu próprio sentido.

Roberto Rodrigues é engenheiro agrônomo, agricultor, presidente da Associação Brasileira de Agribusiness e da Aliança Cooperativa Internacional e professor de Economia Rural da Unesp.