PRODUZIR

O DESAFIO DO AGRONEGÓCIO É MAIOR

GUSTAVO DINIZ JUNQUEIRA
Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB)

O CENÁRIO que se descortina para o plantio da próxima safra de grãos será um dos mais desafiadores para o produtor rural, o que servirá para reflexões cruciais acerca do futuro do agronegócio.

Com o discurso equivocado de que haveria um incremento de recursos nesse último Plano Safra e com demanda seguindo forte, o setor está acordando, agora, para o fato de que a atividade sofrerá vários revezes em razão da restrição do crédito, da maior oferta de grãos no mercado, dos estoques reguladores nos países importadores – sobretudo na China, nosso maior comprador –, além da combinação de maiores custos de produção, puxados pelo dólar, e da expectativa de preços mais modestos.

Consideremos, ainda, como agravante a piora no ambiente de negócios, devido às crises política e econômica, o que pressionará as margens ainda mais.

Diante desse quadro, os ganhos em tecnologia e os avanços em gestão obtidos pelo setor nos últimos anos serão colocados à prova, empurrando o produtor para a busca ainda mais incessante por aumento da produtividade e da rentabilidade.

O momento vai requerer combinação, integração e adaptação de soluções para estabelecer uma atividade ainda mais produtiva. Uma produção feita em parceria com o meio ambiente, em sintonia com as exigências éticas e atenta às preferências de consumo será o grande pilar das cadeias alimentares e energéticas de base agrícola.

Para que haja êxito, o planejamento e a ação para a expansão de um agronegócio eficiente e competitivo terão de superar a etapa produtiva, abraçando na prática os conceitos "do campo à mesa".

PRODUÇÃO ORIENTADA PELO CONSUMO

O mercado de alimentos, como o farol das tendências, revela que deverá aumentar a demanda por proteínas e alimentos de maior valor agregado e melhor qualidade, implicando profundas mudanças na gestão dos ativos agropecuários.

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) projeta aumento de 13% no consumo mundial de carne suína, 14% no da bovina e 19% no da de frango até 2022.

Com a urbanização e o aumento de renda, sobretudo na Ásia, crescerá a procura por alimentos processados. Portanto, para o Brasil não perder a oportunidade de expandir seu agronegócio, devemos priorizar investimentos na segurança sanitária e na qualidade nutricional de nossos produtos.

Além disso, há uma significativa transformação mundial no comportamento do consumidor. Redução de sódio ou gordura nos alimentos, por exemplo, deixará de ser exigência exclusiva dos mercados mais maduros. Deste modo, os fabricantes, inclusive os produtores rurais, serão estimulados a ampliar a oferta de produtos seguros, saudáveis e sustentáveis, para conquistar mercados. A verdadeira adição de valor estará ligada a boa nutrição, saúde, conveniência, praticidade, aparência, aroma, entre outros atributos.

Estamos preparados para estas exigências? O agronegócio brasileiro está apto a encarar uma agenda ditada pelo consumidor final? Ainda não. Infelizmente, políticas públicas dedicadas ao setor ainda buscam manter o produtor refém do Estado, deixando de lado a compreensão dos mercados.

A participação competitiva nos mercados exigirá segurança jurídica inquestionável, investimento permanente em inovação e um ambiente regulatório pautado pela celeridade. Ou seja, há muito a ser feito; e o relógio corre cada vez mais rápido. É hora de apertar o passo. ■

