



Caderno Especial da Suinocultura

A marcha da consolidação

Da Redação*

Crescimento com produtividade

Este Caderno Especial analisa os momentos críticos e os enfoques estratégicos da cadeia produtiva da suinocultura desde o final do século passado. Em

todo este período, com ganho de escala e tecnologia, o setor sempre buscou aproveitar as oportunidades de negócio nos mercados interno e externo.

1ª fase: 1996 a 2010

O rebanho nacional apresentou uma elevação de 34%, registrando nível recorde em 2011. Já a produção cresceu 85%, atingindo sua maior marca em 2010. Impulsionando todo esse crescimento, houve, nesse período, um importante aumento do consumo de carne suína no mercado interno, enquanto as nossas ainda tímidas exportações aumentaram 831%, chegando ao seu maior volume em 2005.

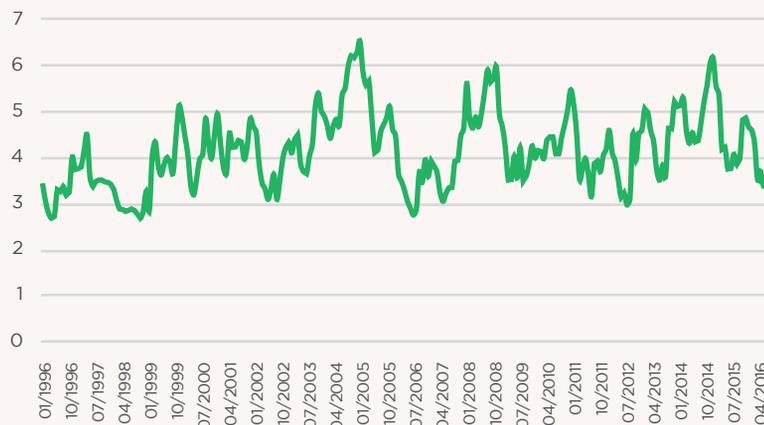
No final da década de 1990, a entrada da carne suína brasileira no mercado internacional estimulava

os investimentos. De 1998 a 2005, as exportações tiveram um grande salto. Com isso, os produtores ampliaram seus plantéis de matrizes e geraram grande incremento na oferta de suínos para abate.

Nessa época, a produção nacional de carne suína era liderada pela Sadia e pela Perdigão – ambas de Santa Catarina e com meio século de experiência empresarial. Outras organizações do topo eram a Cooperativa Central Aurora e a Seara, ambas catarinenses também. De comum entre elas, havia

EVOLUÇÃO DO PREÇO MENSAL DO QUILOGRAMA DO SUÍNO VIVO

(R\$/@)*



* Deflacionado pelo IPCA de agosto de 2016

Fonte: Jox. Praça de São Paulo

a aplicação de um eficiente sistema de integração entre o produtor e a agroindústria.

Assim, os empreendimentos e os negócios de expansão aconteciam. A Sadia incorporou a Granja Rezende, de Uberlândia-MG, em 1999. A Perdigão adquiriu a Avipal e inaugurou o Projeto Buriti, em Rio Verde-GO, em 2000. A Cargill adquiriu a Seara Alimentos, da Bunge, em 2004.



De 2002 a 2003, houve queda no preço pago pelo suíno, ao mesmo tempo em que o milho e o farelo de soja ganhavam valor. Diante de uma crise aguda, as projeções no abate de matrizes chegaram a 360 mil (dados não oficiais).

Em 2005, a febre aftosa foi detectada no Mato Grosso do Sul e no Paraná, estados envolvidos na produção e na exportação de carnes bovina e suína. O surto da doença levou vários países a proibirem a importação de carne brasileira, incluindo a Rússia, um dos principais mercados do Brasil. O resultado foi uma baixa no preço da carne no mercado interno, devido ao excesso de oferta. Novamente, o tamanho do plantel brasileiro de suínos reduziu-se.

Na segunda metade da década passada, transações e iniciativas interessantes continuavam a serem realizadas. Em 2007, a Sadia deu início ao projeto agroindustrial em Lucas do Rio Verde-MT, aproveitando a estrutura de produção montada pela Cooperativa Agropecuária e Industrial Luverdense (Cooagril), fundada em agosto de 1990.

Em 2008, a crise financeira internacional deixa sequelas no Brasil, como a queda de valor de mercado da Sadia e a sua fusão com a Perdigão no transcorrer de 2009, com a criação da empresa BRF (Brasil Foods).

2ª fase: 2010 a 2015

A produção de suínos diminuiu o ritmo de crescimento, e o tamanho médio do rebanho estabilizou no patamar de 2009 e 2010, enquanto a exportação apresentou tênue recuo.

Nesse período, os negócios de consolidação prosseguem na suinocultura brasileira. Em 2010, a Alibem adquiriu as unidades de produção da Cotrijal e da Cotrisal (no Rio Grande do Sul). Em 2011, a BRF, em parceria com a Copercampos, de Santa Catarina, inaugura a unidade industrial em Campos Novos. Dois anos depois, o frigorífico Marfrig vendeu o controle da Seara para a JBS Foods, que fez mais treze aquisições até 2015.

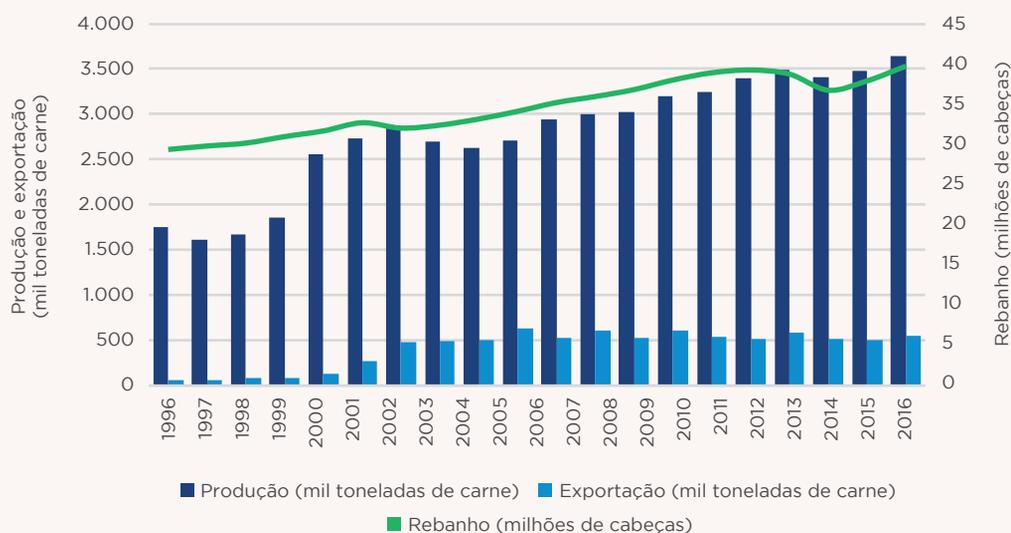
Na safra 2012/13, uma rigorosa seca nos Estados Unidos reduziu as colheitas de milho e soja, com elevação dos seus preços. A atividade suinícola nacional sofreu, então, uma forte pressão de custo. Os números não oficiais apontam uma liquidação de 170 mil matrizes, enquanto o plantel nacional foi reduzido em 2,0 milhões de cabeças durante o biênio, caindo de 38,7 milhões de cabeças, em 2012, para 36,7 milhões, em 2013.

Já em 2014, com boas margens de comercialização, a suinocultura injetou investimento em tecnologia de produção, aumentou o peso médio de abate e incrementou os níveis de produtividade.

Novos empreendimentos foram anunciados no estado do Paraná em 2015. As cooperativas Castrolanda, Frísia e Capal inauguraram a Unidade Industrial de Carnes (UIC) em Castro. Braço agroindustrial das cooperativas Lar (Medianeira), Copacol (Cafelândia), Copagril (Marechal Cândido Rondon), C.Vale (Palotina) e Primato (Toledo), a Frimesa começava as obras para a implantação do maior frigorífico de suínos do Brasil.

Além da economia brasileira em forte recessão desde 2015, neste ano subiram os preços do milho (por conta da falta de produto) e da soja (dada a desvalorização do real). Essa situação deixou em situação dramática as criações independentes e os frigoríficos na região Sul. A solução para esse problema estrutural é contornável, mas demanda políticas agrícolas de estímulo à produção e ao armazenamento destes grãos.

BRASIL: REBANHO, PRODUÇÃO E EXPORTAÇÃO



Fonte: IBGE; ABPA; MDIC

Potencial represado

A partir da crise financeira mundial de 2008, a exportação brasileira de carne suína não conseguiu emplacar uma trajetória firme de ascensão. De um lado, com fraco crescimento, a economia nacional não proporcionou um ambiente favorável para a capacidade de compra interna; de outro, o consumo *per capita* das carnes de aves e bovina mostra-se próximo dos níveis verificados em países desenvolvidos do hemisfério Norte. A exceção fica por conta da carne suína, que ainda possui grande espaço de crescimento do consumo *per capita*. Aqui, os espaços no mercado de proteína animal são disputados palmo a palmo.

Nesse cenário, o ciclo biológico da suinocultura configura uma de suas vantagens comparativas, pois é inferior ao da bovinocultura e possibilita um retorno mais rápido do capital investido. As



condições de clima e água, bem como a disponibilidade de matéria-prima e mão de obra, são outros aspectos positivos. Já o sistema de produção em parceria, como é o caso dos modelos de integração com as agroindústrias, também é um fator de competitividade relevante.

Nesse *design* de produção, os investidores focam as ações na organização do sistema produtivo, na gestão operacional do empreendimento e no treinamento dos recursos humanos. Para completar, o esquema de parceria é uma alternativa para os planos de sustentação financeira, em que a agroindústria assume responsabilidade direta pela genética (matrizes e reprodutores), pela nutrição, pelo suporte técnico, pelo abate, pela industrialização e pela comercialização do produto final.

Diante desse cenário, a cadeia produtiva da carne suína é palco de acentuadas mudanças nos terrenos tecnológicos e de negócios, tanto na esfera da produção nas granjas, como no segmento industrial do processamento da carne. Os ganhos de produtividade em seus diversos elos conferem grande potencial de competitividade para todo o agronegócio.

Na suinocultura, como a nutrição representa praticamente 75% dos custos de produção, uma conjuntura de preços altos no milho e na soja causa impacto negativo na renda da criação. Esse desafio pode ser superado pela capacidade instalada de produção pronta para atender a demanda formada por criadores individuais, pequenos e médios frigoríficos, cooperativas e agroindústrias líderes. Todos eles estão envolvidos em um processo evolutivo sem precedentes na história da cadeia.

Com mais de duas dezenas de agroindústrias no País, a BRF, a JBS e a Cooperativa Central Aurora representam cerca de metade da produção brasileira de carne suína. Dois terços dela são realizados no sistema de contratos de integração. A coordenação agroindustrial é a principal estrutura de governança da cadeia produtiva, como se pode observar com o mapeamento dos cinco municípios de maiores efetivos de suínos no País: Uberlândia-MG, Rio Verde-GO, Toledo-PR, Concórdia-SC e Marechal Cândido Rondon-PR.

Organização da produção e marketing

A experiência norte-americana do Pork Checkoff (o fundo de desenvolvimento da suinocultura dos Estados Unidos) inspirou os criadores nacionais. No final de 2014, a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) convocou as associações estaduais afiliadas e os produtores para integrarem o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS). A expectativa é chegar a uma representatividade de 600 mil matrizes em 2016 e 800 mil em 2017.

A própria ABCS fez um pioneiro e importante trabalho de promoção da carne suína, anos atrás, por meio do programa Um Novo Olhar Sobre a Carne Suína, com ações voltadas ao consumidor e apresentação do produto nos pontos de venda.

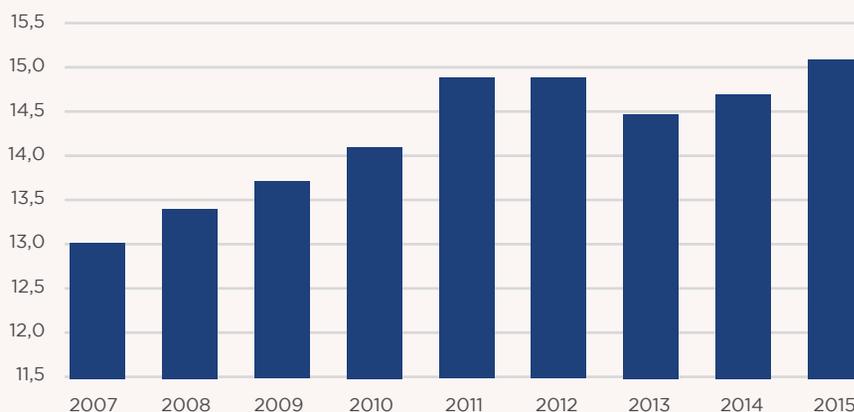
Também sob a liderança da ABCS, com o apoio de recursos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), uma forte campanha de promoção da carne suína foi realizada no mercado interno: “Escolha + Carne Suína”. Este projeto contou com ações educativas e de

conscientização junto a nutricionistas e outros importantes formadores de opinião para melhorar a oferta do produto no varejo.

A Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) também montaram parcerias:

- Em 2015, levaram as agroindústrias produtoras e exportadoras de carnes de frango e suína a participarem da Anuga – a maior feira de *food service, catering* e comércio de varejo do mundo, na cidade de Colônia, na Alemanha;
- Em junho de 2016, desenvolveram agenda com autoridades chinesas, durante a FMA China 2016, em Xangai. Praticamente a metade das vendas externas brasileiras vai para Rússia e Hong Kong, sendo a China um potencial comprador anual de 1 milhão de toneladas da carne suína brasileira.

BRASIL: CONSUMO PER CAPITA POR ANO DE CARNE SUÍNA
(KG)



Fonte: ABPA

Tecnologia e expansão

Com a profissionalização e a evolução tecnológica do setor, é natural um contínuo aumento do volume de “fêmeas em granjas tecnificadas”. Esta expansão acontece em maior proporção nos alojamentos das empresas e das cooperativas do sistema de integração. Em contraposição, encolhe a participação relativa dos pequenos suinocultores independentes na produção.

A região Sul possui a maior expressão em produção de suínos e detém quase 60% das matrizes tecnificadas alojadas no Brasil. Já o Sudeste, ao dispor de um plantel de 380 mil matrizes, é a segunda maior região produtora. O destaque vai

para o estado de Minas Gerais, com aproximadamente 350 mil matrizes e a quarta posição do *ranking* nacional.

Desde meados dos anos 90 do século passado, por exemplo, as criações de Goiás e Mato Grosso ganharam proeminência nacional e, atualmente, abrigam 274 mil matrizes, com tendência de ultrapassar o Sudeste. Vantagens comparativas pesam bastante, como disponibilidade de grãos, abundância de água, clima favorável e topografia do solo – uma condição que possibilita melhor distribuição dos dejetos suínos, utilizados como adubo orgânico.

Mudança de modelos

Hoje, em genética, o Brasil equipara-se ao topo do mundo. Devido à complexidade de conhecimentos e tecnologias, são poucas as empresas no setor. A liderança é da Agrocere PIC, com quase 60% do mercado.

Entre as mudanças mais determinantes no sistema de produção de carne suína, estão aspectos como:

- Maior escala de produção e redução no número de produtores;
- Reestruturação dos sistemas produtivos, com a segregação da produção em múltiplos sítios e a implantação de Unidades Produtoras de Leitões (UPLs) e Unidades de Crescimento e Terminação (UTs). Essa prática prevalece, principalmente, nas integrações das regiões Sul e Centro-Oeste, mas também entre criadores independentes da região Sudeste;
- Disseminação do conceito de formulação própria de ração, na granja, dada a maior disponibilidade de/ acesso a grãos na região Centro-Oeste.

Essa modernização propicia a emergência de associações de grupos de criadores, por meio de cooperativas ou mesmo consórcios, com o objetivo de coordenar a aquisição de insumos

e a comercialização da produção. Os projetos envolvem a construção de unidades de abate e industrialização e, até mesmo, o lançamento de marcas próprias.

A verticalização de suinocultores independentes é, hoje, uma realidade. Vários criadores aproveitam as oportunidades surgidas à margem da forte máquina de cobertura comercial das grandes agroindústrias e cooperativas. Esses mercados de nicho – geográfico, de cortes e de conveniência – atraem criadores com perfil tecnológico consolidado e na busca de diferenciais competitivos para os seus empreendimentos. Como exemplos destes *cases*, podem-se citar empresas e marcas como Adelié Foods, Master/Sulita, Alegria Alimentos, Excelência, Saudali e Ciacarnes, entre outras.

Já as grandes agroindústrias passaram por um período de consolidação (com fusões e parcerias) e reorganização estruturais (corte de duplicidades de custo e desenvolvimento de sinergias). Agora, a tendência é partirem para um crescimento orgânico, até porque contam com projetos instalados no Centro-Oeste – como a BRF, em Lucas do Rio Verde-MT, e a JBS, em Dourados-MS.

12º Seminário Internacional

Tema: Investindo em Diferenciais de Competitividade

A cadeia produtiva de suinocultura brasileira atingiu estágio de alto padrão tecnológico e de gestão. Seus resultados positivos serão colhidos pelos agentes com larga experiência e conhecimento.

Entre as principais dificuldades para entrar neste setor, está o grau de tecnologia embarcada, como a climatização de granjas, técnicas reprodutivas de ponta, automação das atividades de manejo, estruturas voltadas ao bem-estar animal (como a gestação coletiva) e excelência em biossegurança.

A grande eficiência da disseminação de genes de maior valor, com as consequentes profissionalização e terceirização da produção de sêmen, é outra característica da vanguarda da atividade.

Na gestão da sustentabilidade das granjas, os biodigestores equacionam as questões do passivo ambiental (dejetos) e da geração de energia para as instalações, cujo excedente gerado chega a ser comercializado para redes locais de energia.

Enfim, com a sua forte especialização, a suinocultura gera barreiras aos investidores de outra origem. A sua singularidade tecnológica requer investimentos cada vez mais elevados em instalações e equipamentos. Por sua vez, há todo um capital de giro para tocar os custos correntes de produção e manutenção de bens fundiários. ■

* Agradecemos as colaborações e sugestões de Fernando Pereira e Alexandre Rosa, diretores da Agroceres PIC, e de Coriolano Xavier, sócio da Marketing Comunicação & Ação (MCA)

14 a 16
de Setembro
de 2016

