

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

Exportações do agronegócio brasileiro podem alcançar US\$ 200 bilhões em 2020

16/12/2010

Exportações do agronegócio brasileiro podem alcançar US\$ 200 bi em 2020

SERÁ NECESSÁRIO UMA ESTRATÉGIA PARA A CRIAÇÃO E A CAPTURA DE VALOR NAS CADEIAS PRODUTIVAS INTEGRADAS

MARCOS FAVA NEVES

ESPECIAL PARA A FOLHA

Após atingir o recorde de US\$ 75 bilhões em exportações neste ano (cerca de R\$ 128 bilhões), o agronegócio brasileiro já pode sonhar com a cifra de US\$ 200 bilhões em 2020. O cenário é de forte crescimento da demanda mundial, e a produção de alimentos precisará dobrar nos próximos anos.

Com as condições competitivas do Brasil, sem subsídios, o país pode ser o grande fornecedor do mundo. E só com a manutenção da taxa de crescimento desta década -as vendas externas somavam US\$ 23 bilhões em 2001- é possível chegar aos US\$ 200 bilhões em 2020.

Para atingir esse objetivo, é necessário um plano estratégico para a criação e a captura de valor nas cadeias produtivas integradas, apoiado em três pilares: custos, diferenciação e ações coletivas.

Em custos, o setor deve rever todas as operações, explorando as competências centrais, os recursos e os ativos. O agronegócio deve operar em escala, estudando novos insumos e componentes, por meio de tecnologia e de inovação.

O planejamento também será fundamental, com a escolha para os melhores momentos de compra de insumos e engenharia financeira. Ainda na equação de custos, entram as questões de tributos, as trabalhistas e as de transporte, entre outras reformas necessárias.

Se nossas cadeias conseguirem reduzir os custos de transação, com a melhora dos padrões de relacionamentos (contratos) e de governança entre os diferentes estágios de produção, elas

ficarão mais competitivas.

Em diferenciação, nossas cadeias devem buscar informação, conhecimento, inteligência e o consequente desenvolvimento de mercados. Os produtores devem ter foco no relacionamento com os compradores internacionais, oferecendo soluções únicas e diferenciadas, com serviços agregados.

Será preciso diversificar e oferecer também produtos inovadores, em linha com as demandas do consumidor.

O setor precisará de esforços em mais processamento, em embalagens, em presença em canais e em pontos de venda no exterior, na marca de origem e no desenvolvimento da imagem como fornecedor mundial de alimentos -que é confiável, sustentável e eficiente.

Finalmente, em ações coletivas, é preciso perseguir estratégias que envolvem o fortalecimento das organizações das cadeias produtivas -sejam elas associações, cooperativas ou sindicatos.

As ações conjuntas também devem abranger as empresas, no sentido de compartilhamento de ativos, de estratégias e de estruturas.

A compra de ativos no exterior, por exemplo, pode ser compartilhada, visando maior acesso e maior presença no mercado, o que possibilitará captura de valor.

MARCOS FAVA NEVES é professor titular de planejamento na FEA/USP (Campus de Ribeirão Preto), autor de 22 livros publicados em cinco países e coordenador científico do Markestrat.