

“Temos que pensar na carne suína como uma marca”

Natural de Orleans, Sul catarinense, é suinocultor desde a década de 1980 e graduado em Agronegócio. Gestor do Fundo de Sanidade Animal em parceria com Sindicarne, é fundador e presidente da Cooperativa Agroindustrial dos Suinocultores Catarinenses (Coasc) e desde julho de 2010 preside também a Associação Catarinense de Criadores de Suínos (ACCS), que representa os mais de 8 mil suinocultores do estado. Na última década, o plantel suíno de Santa Catarina aumentou 27,45% e superou os 11 milhões de cabeças. A produtividade aumentou quase 10%, passando de 84,6 para 92,5 quilos/carcaça. Em contrapartida, o custo de produção subiu 107,4%, superando o rendimento dos produtores. Em 2016, os 55 países importadores da carne suína catarinense compraram 244,6 mil toneladas, uma evolução considerável frente as pouco mais de 170 mil toneladas exportadas em 2007. Nessa entrevista exclusiva à Coluna Pelo Estado, Losivanio Luiz de Lorenzi afirma que é grande o potencial de crescimento, tanto no mercado interno quanto no externo.

[PeloEstado] - O senhor está há sete anos na presidência da ACCS. Que balanço faz desse período?

Losivanio Luiz de Lorenzi - Acredito que o destaque desse período foi fazer com que indústrias, cooperativas e governo tivessem uma nova visão sobre o setor. Faltava diálogo entre esses pares e a ACCS, mas são setores fundamentais para a suinocultura e é com eles que precisamos criar um entendimento para garantir melhorias que levem ao aumento da rentabilidade ao produtor. Com esse avanço, no ano passado conseguimos aprovar a Lei da Integração, que mudou toda a relação entre produtor e indústria.

[PE] - Do ponto de vista técnico e tecnológico, há algum destaque?

Lorenzi - Estamos trabalhando fortemente na questão do bem-estar animal, incentivando os produtores a investirem em tecnologia. E também estamos mais atentos para identificar e coibir oportunistas que oferecem soluções ditas tecnológicas, mas que não trazem qualquer resultado efetivo. Por outro lado, ainda nessa questão de tecnologia, investimos bastante em material genético e inseminação artificial, promovendo ganhos no tempo de trabalho e na sanidade para as propriedades. A ACCS construiu a única Central de Bem-estar Animal do Brasil, para agregar tecnologia e melhorar a produtividade. Entra aqui também o esforço para a capacitação e a qualificação dos produtores. Em parceria com o Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), só nos últimos dois anos levamos cursos a mais de 3 mil suinocultores.

[PE] - Essas ações já trouxeram resultados?

Lorenzi - Sim. O melhoramento

genético resulta em uma carne diferenciada e uma conversão alimentar menor, ou seja, o suíno come menos para produzir a mesma quantidade de carne. Além disso, com essa tecnologia nós conseguimos manter um animal por 33 meses, enquanto um produtor que compra um animal desses, por R\$ 16 mil, preço de mercado atual, quer otimizar o investimento e mantém por 40, 50 meses. Ele não percebe, mas essa expansão do período leva à perda de qualidade do material genético. A evolução que veio com a inseminação artificial para os produtores, que deixam de fazer a monta natural nas propriedades, se percebe em produtividade e em qualidade.

[PE] - O consumo de carne suína no Brasil aumentou nos últimos anos. Há espaço para mais?

Lorenzi - Na última década o consumo passou de 13 para 15 quilos per capta ao ano, ainda muito abaixo da média europeia, por exemplo, que é de 35 quilos per capta/ano. Não estamos nem na metade desse volume! No caso específico de Santa Catarina, o consumo é de 32 quilos anuais por pessoa, portanto, mais que o dobro da média nacional. E se olharmos só para as regiões que mais produzem, esse volume chega a uns 40 quilos. Temos espaço e precisamos crescer mais nas demais regiões do país.

[PE] - O que está faltando para que o brasileiro coma mais carne suína?

Lorenzi - Marketing mais firme. A carne suína é a mais consumida do mundo e 48% de tudo o que se consome desse tipo de carne ficam na China. No Brasil ainda existem muitos mitos que precisam ser vencidos em relação à sanidade da carne. Pesa também o

custo menor da carne de frango, o que a torna mais atraente para o consumidor. Temos que fazer um marketing específico para mostrar aos brasileiros, principalmente os de grandes centros, que a carne suína é saborosa, saudável e nutritiva. Nós somos filiados à Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS), que há quatro anos promove a Semana Nacional da Carne Suína. A ação era restrita a uma rede de supermercados e está sendo ampliada. A ACCS, por sua vez, promove a carne suína por meio de concursos gastronômicos, participação em feiras e eventos, trabalhando com formadores de opinião e profissionais médicos. É um trabalho incessante. Temos que pensar na carne suína como uma marca.

[PE] - Como estão as exportações da carne suína?

Lorenzi - O mercado externo é uma grande porta para escoamento da nossa produção, mas percebemos que cada vez mais são impostas barreiras protecionistas. Santa Catarina mantém o diferencial de ser o único estado do país livre de febre aftosa sem vacinação. Junto com o Rio Grande do Sul, somos a única região livre de peste suína clássica, também sem vacinação. Até julho de 2016, Santa Catarina exportou 137 mil toneladas e no mesmo período de 2017 chegamos a 144 mil toneladas. Houve um crescimento pequeno, mas que acreditamos consolidado. Já as exportações brasileiras tiveram queda de 353,5 mil para 342 mil toneladas. De qualquer forma, exportávamos 15% da produção suínica brasileira e agora já chegamos aos 19%. O mercado externo é promissor. Se conseguirmos firmar os negócios com a China, será ainda



Miriam Zomer/Agência ATL

mais. Santa Catarina conseguiu abrir o mercado Coreia, mas ainda não começaram as vendas. O Japão também, mas só compra 100 toneladas por mês. Entre os 55 países para os quais exportamos carne suína catarinense, a China já é o nosso segundo maior mercado, atrás apenas da Rússia. Já exportamos 25 mil toneladas para lá em 2017, mas ainda temos um grande potencial de crescimento.

[PE] - Quais as ações da ACCS quanto à preservação ambiental?

Lorenzi - Desde 2000 começou um trabalho em todas as regiões produtoras do estado, ainda que mais fortemente no Grande Oeste, com base em um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), porque praticamente todas as propriedades estavam irregulares. Esse TAC fez com que houvesse uma adequação e já há alguns anos não foram mais registrados vazamentos de esterqueiras ou denúncias. Foi feito um trabalho de conscientização da necessidade de trabalhar em harmonia com o meio ambiente. Nesse período, outras tecnologias vieram, como a da compostagem, usada depois como adubo, a de biodigestores para geração de energia e o ciclo fechado, com o reaproveitamento da água.

[PE] - Já há um bom aproveitamento energético de biodigestores?

Lorenzi - Ainda é uma tecnologia cara e mais viável para grandes propriedades. Estamos com alguns projetos em estudo para levar essa possibilidade também para as médias propriedades e, num segundo momento, para as de menor porte. O que precisamos é que haja um financiamento de longo prazo e algum subsídio da parte do governo para incentivar essa modalidade

de geração. Teríamos uma nova Itaipu em Santa Catarina com o aproveitamento de dejetos de suínos para produção de energia. Ainda poderíamos obter certificações ambientais, uma espécie de selo verde, diferencial importante para o mercado externo, agregando valor à nossa carne, que teria uma produção autossustentável.

[PE] - O senhor se candidatou para mais quatro anos na presidência da ACCS. Caso reeleito, quais as suas metas?

Lorenzi - Pretendo dar continuidade ao trabalho de levar mais tecnologia aos produtores. A questão do bem-estar animal é um exemplo. Até 2026 queremos entregar material genético e acesso à inseminação artificial para todas as propriedades, de forma que ampliem qualidade e produtividade para competir em melhores condições no mercado externo. Outra meta é que, no Brasil, não existe uma legislação específica com vistas ao bem-estar animal e nós temos defendido, junto ao Ministério da Agricultura, que essa é uma necessidade urgente. Falando diretamente aos produtores, estamos em negociação com a Caixa Econômica Federal para oferecer um plano de saúde, a exemplo do que já fizeram em São Paulo. Estivemos com eles há quase 90 dias, tempo em que elaboraram uma proposta para os nossos moldes. Nos próximos dias vamos fazer nova reunião para avaliar e evoluir nas negociações. Vamos tentar um entendimento com as indústrias para que subsidiem parte do custo, assim como oferecem a seus empregados. Também queremos fazer um planejamento da suinocultura para os próximos dez anos, com atenção especial para a sucessão na propriedade.