



Saúde animal no consumo de proteína animal: consciência

Robinson Cannaval Junior

Em um cenário em que o consumidor está se tornando cada vez mais criterioso e atento à qualidade dos produtos que consome, a preocupação com a segurança alimentar nunca foi tão grande. O consumo consciente de proteína de origem animal está em pleno crescimento. Estima-se que de 2018 a 2023, o consumo mundial de proteína animal, seja de carne suína, de frango ou bovina, aumente em 19,2 milhões de toneladas.

O Brasil possui posição de destaque no mercado mundial de proteínas animais, tendo sido, em 2018, o primeiro país em exportação de carne bovina e de frango e o quarto em carne suína.

Para manter essas posições de destaque em exportação e atender à crescente demanda por alimentos seguros e de qualidade, a saúde animal na cadeia produtiva de proteína é de extrema importância. Além disso, o crescimento da demanda por carnes provoca mudanças significativas nos modelos de produção, com a criação de lotes de forma intensificada. E quanto mais intensificado e produtivo o rebanho, maiores são os riscos associados à sanidade animal, fato neste que deve ser uma preocupação do produtor e de todo o restante da cadeia.

Mas não só o fato de o consumidor estar cada dia mais consciente deve gerar mudanças na cadeia de produção de carnes. As pressões externas e epidemias mundiais também aumentaram significativamente o número de exigências relacionadas à saúde animal.

Entre as várias razões do Brasil ter posição privilegiada em relação ao agronegócio como um todo e, particularmente, às carnes, se encontra a sanidade animal. Este é um grande ponto responsável por diferenciar a proteína animal brasileira frente ao ce-

Mas não só o fato de o consumidor estar cada dia mais consciente deve gerar mudanças na cadeia de produção de carnes

crecimento do mercado de produtos de saúde animal no Brasil. A extensa produção brasileira motivou as principais indústrias de saúde animal a se instalarem no país. Essas empresas investem extensamente em pesquisas, adotam tecnologias de ponta e oferecem produtos cada vez mais eficazes no mercado. O faturamento das indústrias de produtos para saúde animal representou R\$ 5,8 bilhões em 2018. Os ruminantes dominaram esse mercado, com faturamento de R\$ 2,9 bilhões, correspondente a 55% do total.

Contudo, para atender a esse mercado cada vez mais exigente e em franca expansão da proteína de origem animal e atingir os padrões de sanidade animal desejados, há um grande desafio: o da distribuição para garantir o atendimento total do produtor em caráter preventivo e/ou curativo.

A adequada capilaridade na entrega exige que diferentes players atuem na cadeia. A escala de compra é fator determinante. Três principais modelos de canais de distribuição podem ser mapeados. O primeiro é o chamado Key Account, pelo qual os produtos advindos de pedidos em largas escalas são distribuídos diretamente pela indústria farmacêutica ao produtor final podendo, ou não, passar por cooperativas ou por distribuidores na categoria long-tail.



nário internacional desde a década de 80. E para manter essa diferenciação e o posicionamento no mercado internacional, o Brasil tem desenvolvido uma série de ações preventivas a fim de preservar a sanidade animal.

Resultado destas ações preventivas podem ser vistos frente às epidemias mundiais. Enquanto a Ásia, por exemplo, se encontra numa fase endêmica de gripe aviária, nosso país não registra casos da doença. O surto da doença em 2017 levou a um incremento considerável nas exportações de frango para as regiões afetadas, principalmente a Ásia, Europa e Oriente Médio. Outro exemplo é o da peste suína africana, erradicada do país em 1970, e que em 2018 preocupou a China e outros países asiáticos e europeus devido a um surto. Os abates devidos a contaminação pela peste superaram a marca de 4 milhões, segundo a FAO (Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura). O país também desenvolveu um método de análise da ração animal para prevenir a chamada doença da vaca louca (Encefalopatia espongiforme bovina) e hoje, segundo a OIE (Organização Mundial de Saúde Animal), o risco da doença no Brasil é insignificante.

O crescimento no consumo de carnes, a intensificação da produção e as epidemias mundiais são os três pilares responsáveis pelo

O segundo é modelo distribuidor, pelo qual os produtos saem da indústria, ganham capilaridade pelo território brasileiro por meio de distribuidores e são vendidos ao produtor final, via pedidos em pequenas escalas nas vendas. E há ainda o atacado/verticalizado em que os produtos que saem da indústria são vendidos para o produtor final por meio de um único operador, que atua como ambos distribuidor e revenda.

A relevância do modelo do canal de distribuição é diferente dependendo do tipo de animal de produção. Para bovinos, devido à extensa pulverização produção distribuída em todo o território nacional, prevalece o modelo distribuidor, seguido do modelo atacado. Já as aves e suínos, cuja produção concentra-se majoritariamente em cooperativas no sul do Brasil, o modelo prevalente é o key account.

Pensando nessa busca pela segurança alimentar, nos relevantes índices de exportação, faz-se necessário que o produtor brasileiro entenda e reflita sobre a necessidade da distribuição e busque os métodos que vão lhe garantir a saúde animal em toda a cadeia.

Robinson Cannaval Jr, sócio e diretor do Grupo Innovatech, diretor executivo da Innovatech Consultoria, formado em Engenharia Florestal pela Esalq/USP

