

INFORMATIVO DIÁRIO  
**DERAL**  
Departamento de Economia Rural

Data : 30/01/2001      Hora :

Título: Suinocultura      Fonte:

Autor: Guilherme Oscar Richter

Matéria:

A produção mundial de carne suína, considerando-se os principais países produtores, aumentou quase 2% em 1999. Este aumento foi substancial no Canadá, ocorrendo aumentos menores, mas notáveis, nos Estados Unidos, Brasil, e União Européia. Para o ano 2000, a produção de carne de porco aumentou 1%, com crescimento na China, Brasil e Canadá, estimando-se declínios nos Estados Unidos, União Européia e Europa Oriental.

O consumo de carne suína em 1999, para países selecionados, atingiu 79,3 milhões de toneladas, um aumento sobre o ano anterior de 2%, devido ao crescimento da oferta e ao fato de que os preços no mercado mundial terem sido baixos. Nos Estados Unidos, União Européia, Canadá e Brasil estes aumentos do consumo ocorreram, principalmente, devido a maior oferta do produto e consequentemente a diminuição dos preços ao consumidor. O consumo total aumentou quase 2% em 2000, sendo que o consumo chinês, brasileiro e canadense, de carne suína, foi previsto um aumento de 3%, 10% e 8%, respectivamente, enquanto que na maioria dos países, este consumo apresentou-se ligeiramente constante ou em declínio.

Em 2001, a produção de carne suína, nos principais países produtores, deverá alcançar o recorde de 84,47 milhões de toneladas, 2,04 milhões acima da produção estimada de 2000. A produção aumenta nos Estados Unidos, Canadá, China, devendo ser menor na União Européia. Nos Estados Unidos e Canadá, os custos dos grãos, para a alimentação animal, registraram, durante o ano de 2000, preços de mercado mais baixos, melhorando a situação da suinocultura nesses países, levando, consequentemente, às indústrias projetarem uma expansão da produção em 2001. Na UE, a produção será ligeiramente menor devido a contração do rebanho, face aos preços mais baixos e a interesses ambientais. A produção brasileira deverá ultrapassar ligeiramente 2 milhões de toneladas, com boas perspectivas de vendas para o mercado externo.