



UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS,
ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS
CENTRO DE PESQUISA E EXTENSÃO DA FEAC

Texto para discussão

Texto para discussão nº 07/2004

CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO DE OVOS NOS ESTADOS DE SÃO PAULO, MINAS GERAIS E PARANÁ

Pedro Castello Branco Montebello
Thiago Bernardino de Carvalho
Julcemar Bruno Zilli

CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO DE OVOS NOS ESTADOS DE SÃO PAULO, MINAS GERAIS E PARANÁ

Pedro Castello Branco Montebello*
Thiago Bernardino de Carvalho**
Julcemar Bruno Zilli***

RESUMO

A abertura da economia na última década trouxe ganhos de produtividade para diversos sistemas produtivos brasileiros. O sistema agroindustrial de ovos apresenta baixo desempenho no mercado nacional, com movimento de cerca de R\$1,1 bilhão por ano. Em 2002 foi baixa a rentabilidade da avicultura de postura. A alta do preço do milho e a valorização do dólar aumentaram o custo de produção, o que, associado a ligeiro declínio das vendas, inviabilizou a produção em algumas granjas. Este trabalho visa a comparar aspectos de produção, comercialização e também sociais do produtor de ovos nos estados de maior produção - São Paulo, Minas Gerais e Paraná - para identificar as oportunidades e desafios do setor. Foram utilizados, no estudo, dados primários levantados em entrevistas feitas com produtores dos três estados mencionados, no âmbito de uma pesquisa conduzida pelo CEPEA/ESALQ/USP em parceria com a FAO. No total, foram entrevistados 89 produtores de ovos dos estados de São Paulo, Minas Gerais e Paraná. Os resultados prévios indicam um melhor nível de produtividade das granjas do Estado de São Paulo em relação à produtividade das granjas dos outros dois estados. O setor produtivo de ovos do Estado de São Paulo apresenta canais de distribuição mais concentrados no segmento atacadista e os produtores desse estado têm maior nível educacional e acesso a informações.

Palavras-chave: avicultura, comercialização, ovos.

INTRODUÇÃO

O Brasil não acompanhou o comércio e o consumo de ovos no âmbito internacional. Segundo dados da FAO, a produção brasileira se elevou em 18% no período de 1993 até 2001. Porém, seu consumo se manteve estável. No mesmo período a produção mundial cresceu 27%, e o consumo nos cinco maiores consumidores (México, Estados Unidos, Dinamarca, China e Taiwan) expandiu, em média, de cerca de 35%, passando das 300 unidades/habitante/ano. A participação brasileira na produção mundial de ovos sofreu uma pequena queda, passando de 2% para 1,8%.

A estagnação do consumo de ovos no Brasil nos últimos anos pode ter origem em causas estruturais, organizacionais, comerciais, culturais e econômicas. Esse conjunto de fatores é resultante de uma atividade que não acompanhou a evolução de práticas para o desenvolvimento do produto, a fim de atingir o objetivo comum a todo empreendimento, que é a maior representatividade no mercado e o progresso daqueles envolvidos em sua cadeia produtiva. Isso pode decorrer da ausência de uma política de marketing para gerenciar o produto ovo, que propiciasse um aumento per capita de seu consumo, assim como no âmbito de exportação.

Com base nestas idéias, realizou-se um levantamento sistemático que visava a identificar o perfil dos produtores frente à produção e à comercialização de ovos. A análise comparativa dos aspectos de produção, comercialização e também sociais do produtor de ovos nos estados brasileiros de maior produção - São Paulo, Minas Gerais e Paraná - visa detectar as oportunidades e desafios para a melhoria e crescimento do setor.

* Graduando em Economia Agroindustrial pela Esalq/USP e estagiário do Cepea/Esalq/USP. pcmonteb@esalq.usp.br

** Economista pela Esalq/USP, Mestrando em Economia Aplicada - Esalq/USP e estagiário do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada Cepea/Esalq/USP. tbcarval@esalq.usp.br

*** Economista (UNOCHAPECÓ), Mestrando em Economia Aplicada - Esalq/USP e Pesquisador nível médio Cepea/Esalq/USP. jbzilli@upf.br

OBJETIVO

O objetivo principal deste estudo é comparar as características dos produtores de ovos quanto à produção e comercialização de ovos nos estados de São Paulo, Paraná e Minas Gerais.

REVISÃO DE LITERATURA

O consumo de ovos no Brasil, assim como em outros países em desenvolvimento, é baixo e estável. Segundo a USDA (2003), México, Estados Unidos, Dinamarca, China, Japão e Taiwan são os maiores consumidores mundiais de ovos, com mais de 300 ovos/ano/habitante (2002). Taiwan é o maior consumidor, atingindo a marca de 387 ovos. O Brasil, muito longe desta marca, registra desde 2000 o consumo de 84 ovos/ano/habitante.

Segundo a Fao (2004), Alemanha, Bélgica e Luxemburgo, Canadá, França, Holanda, Hong Kong, e Reino Unido são os maiores importadores de ovos. A tabela 1 mostra a evolução da participação destes sete países no volume total importado.

Tabela 1 - Participação dos Maiores Importadores Mundiais de Ovos no Total Mundial. Valores em toneladas.

	1.990	%	1.995	%	2.000	%	2.002	%
Alemanha	280.579	34,14%	223.696	29,30%	222.355	23,88%	259.432	28,14%
Bélgica – Lux.	55.992	6,81%	37.927	4,97%	24.091*	2,59%	20.343*	2,21%
Canadá	13.880	1,69%	19.759	2,59%	23.286	2,50%	34.190	3,71%
França	41.113	5,00%	41.186	5,39%	61.896	6,65%	81.352	8,83%
Holanda	26.837	3,27%	61.124	8,01%	56.093	6,02%	61.606	6,68%
Hong Kong	78.846	9,59%	84.089	11,01%	81.027	8,70%	82.069	8,90%
Reino Unido	43.421	5,28%	15.654	2,05%	36.406	3,91%	48.118	5,22%
<i>Total Mundial</i>	<i>821.875</i>	<i>65,78%</i>	<i>763.505</i>	<i>63,32%</i>	<i>931.126</i>	<i>54,85%</i>	<i>921.788</i>	<i>64,36%</i>

Fonte: Fao - Elaboração dos autores com base em dados da Fao. *USDA (2003).

A Alemanha é o maior importador mundial de ovos. Sua participação no cenário mundial começou a década de 1990 com 34,14%, tendo uma pequena queda em 1995 e 2000, chegando a 23,88%. Porém este índice se restabeleceu, e hoje está de volta a casa dos 28%. Muito interessante é o fato da Alemanha ser também uma grande exportadora. A tabela 2 mostra que em 2002, ela movimentou 6,72% do total mundial de exportações.

Outro grande importador de ovos é Hong Kong. Este começou os anos 90 movimentando 9,59% de todo o ovo importado no mundo. Atravessou a década oscilando neste patamar e chegou, em 2002, aos 8,9%.

É importante notarmos a concentração de ovos importados nas mãos destes sete países. O grupo, que entrou nos anos 90 movimentando 65,78% de todo o volume mundial, sofreu uma queda ao longo da década que se seguiu, e chegou a casa dos 54,85%. Este foi o momento no qual a concentração foi menor. Em 2002, a concentração voltou a ser grande, e chegou aos 64,36%.

Quando falamos em exportação de ovos, seis países merecem destaque: Alemanha, Bélgica – Luxemburgo, China, Estados Unidos, França e Holanda.

A mesma Alemanha, que aparece como maior importador, é também dos maiores exportadores mundiais de ovo. Em 1990, os germânicos representavam 11,38% de todo o ovo exportado no mundo. Em 1995, este percentual sofreu uma pequena queda, registrando 5,56%. Em 2000, vol-

tou a crescer e fechou o ano em 6,97%. Em 2002, o índice praticamente se manteve, registrando no fim do ano 6,72%.

A tabela 2 mostra a evolução da participação dos principais exportadores mundiais de ovos.

Tabela 2 - Participação dos Maiores Exportadores Mundiais de Ovos no Total Mundial. Valores em toneladas.

	1.990	%	1.995	%	2.000	%	2.002	%
Alemanha	96.253	11,38%	44.125	5,56%	66.529	6,97%	68.528	6,72%
Bélgica -Lux.	49.208	5,82%	65.075	8,19%	63.924*	6,70%	63.916*	6,27%
China	40.082	4,74%	26.710	3,36%	65.489	6,87%	84.190	8,26%
Est. Unidos	36.416	4,31%	74.508	9,38%	64.582	6,77%	60.886	5,97%
França	37.397	4,42%	47.455	5,97%	50.203	5,26%	48.980	4,81%
Holanda	422.155	49,93%	321.410	40,47%	295.671	31,00%	265.072	26,01%
<i>Total Mundial</i>							1.019.23	
	845.524	80,60%	794.244	72,93%	953.822	63,57%	1	58,04%

Fonte: Fao - Elaboração dos autores com base em dados de Fao. *USDA (2003).

A participação mais marcante é da Holanda. Os produtores de ovos holandeses começaram os anos 90 representando 49,93% de todo o volume de ovo exportado no mundo. Porém, este percentual vem caindo. Em parte porque a produção mundial vem se elevando, e em parte porque a produção holandesa tem diminuído. Em 2002, a participação holandesa já era bem menor, fechando o ano com 26,01% dos ovos exportados.

Os outros países da tabela (Bélgica – Luxemburgo, China, Estados Unidos e França) tiveram, desde 1990, participações que variaram de 3,36% (China em 1995) até 9,38% (Estados Unidos, 1995). Pode-se dizer que seu ritmo de produção acompanha o crescimento mundial.

O mais interessante é notarmos que a participação destes países vem diminuindo ao longo do tempo. A concentração, que era de 80,6% em 1990, só sofreu quedas. Hoje, eles movimentam, juntos, 58,04% de todo ovo exportado no mundo.

Segundo Santos *et al.* (2002), os mercados doméstico e externo do ovo brasileiro não têm crescido, apesar da sua potencialidade de consumo. Seu fácil acesso à população em termos de preço, além de seu alto valor nutricional, fazem dele um alimento prontamente disponível, tanto para culinária, quanto para a indústria de transformação.

A alta qualidade e o baixo custo, por enquanto, não têm sido suficientes para superar a baixa demanda. Os mercados consumidores crescem de forma significativa e levam os produtores a criarem grandes expectativas para seus próprios negócios: mais gente no mundo, mais ovos consumidos. No entanto, no caso do Brasil, a fama de vilão que historicamente foi atribuída ao ovo vem superando o otimismo dos produtores.

Segundo Teixeira, apesar de ser bom, barato e saudável, o ovo ainda não conseguiu conquistar mercado. O produto tem sido alvo de propaganda negativa, causando assim uma resistência no consumo por parte da população. Por isso, um sistema de comunicação entre os agentes dos diversos elos desse sistema produtivo precisa ser implementado.

MATERIAIS E MÉTODOS

Os dados desta pesquisa foram obtidos através de um amplo estudo realizado pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA) em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO/ONU).

Para o levantamento dos dados, foram aplicados 90 questionários a granjeiros (produtores de aves de postura) dos estados de São Paulo, Paraná e Minas Gerais. Tais estados foram escolhidos, pois, segundo a UBA (União Brasileira de Avicultura), apresentaram grandes níveis de produção. São Paulo, em 2001, registrou 42% da produção brasileira de ovos. Minas e Paraná ficaram com 9% da produção nacional cada um. Os dados foram coletados no período de setembro de 2002 a janeiro de 2003.

Foram definidas três categorias de produtores: pequenos, médios e grandes. Os pequenos produtores são aqueles com até 25.000 aves em postura. Os médios são os que possuem entre 25.001 e 250.000 poedeiras. O grupo composto pelos grandes produtores possui mais de 250.000 galinhas em postura. Para a definição destas categorias foi utilizado o sistema de tercis. Este sistema consiste na divisão da amostra em três partes iguais. Utiliza-se, a partir daí, os valores redondos mais próximos do resultado da divisão.

A pesquisa definiu cinco formas de escoamento da produção das granjas: atacadistas, supermercados, avícolas/varejões, feiras livres e ambulantes.

Utilizaram-se no estudo dados sobre o plantel em postura, escalas de produção e porcentagem de aves brancas e vermelhas. Para a comercialização de ovos, foram observados o destino e a forma de escoamento dos ovos da granja.

RESULTADOS

Os resultados encontrados com a pesquisa do CEPEA/ESALQ/USP junto a FAO/ONU estão descritos abaixo. Estes resultados foram agrupados em dois grandes grupos, escala de produção e comercialização, para um melhor entendimento.

Escala de Produção

A distribuição da amostra revela que as granjas médias representam a maioria dos produtores abrangendo cerca de 51% dos entrevistados. Na seqüência, com números semelhantes de produtores vêm os pequenos e grandes, perfazendo 25,56% e 23,33%, respectivamente, como mostra a Tabela 3 abaixo.

No Paraná, apenas 5% das propriedades correspondem a grandes granjas. Nesse estado há uma distribuição entre pequenas e médias unidades produtoras, sendo que 35% correspondem ao primeiro grupo e 60% às granjas de tamanho médio.

Minas Gerais destaca-se como o estado onde existe uma predominância de médias propriedades, com 62,5% frente aos 60% do Paraná e 41,3% das unidades paulistas. Aquele estado é o único local pesquisado onde existem mais granjas com produção superior a 250.000 aves em postura do que pequenas (20,83%).

São Paulo possui uma melhor distribuição no tamanho das propriedades. São 26,09% de pequenas propriedades, 41,3% de médios produtores e 32,61% de propriedades com mais de 250.000 aves em postura.

Tabela 3 - Porcentagem de propriedades por escala de produção.

	0 – 25.000	25.001 – 250.000	>250.000
MG	16,67%	62,50%	20,83%
PR	35,00%	60,00%	5,00%
SP	26,09%	41,30%	32,61%
Média Geral	25,56%	51,11%	23,33%

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usp

Os dados sobre o tamanho da produção, apresentados na Tabela 4, mostram que as granjas mineiras são, em média, maiores que as paulistas e as paranaenses, com cerca de 229.000 poedeiras, contra 223.000 das paulistas e 79.700 das paranaenses.

As propriedades mineiras são, em média, maiores do que as paulistas e paranaenses. Porém, quando se analisa o plantel médio de poedeiras visualizados na Tabela 4, os paulistas possuem produtores pequenos e médios com maior número de aves em postura. Os pequenos produtores de São Paulo contam com 18.667 galinhas, em média, contra 12.500 dos mineiros e 12.286 aves dos paranaenses. Para as granjas de tamanhos médios, são mais de 100 mil aves nas granjas paulistas, superando as propriedades mineiras com 85.600 poedeiras, e as unidades do Paraná com 63.167 aves.

Com relação às propriedades com mais de 250.000 aves em postura, a situação se inverte. Minas Gerais têm, em média, o maior plantel com 834 mil poedeiras. Em seguida aparecem as granjas paranaenses com 750 mil. Bem abaixo vêm as unidades de grande porte do estado de São Paulo com 541.441 aves em postura.

Tabela 4 - Plantel médio de poedeiras por escala de produção.

	0 – 25.000	25.001 – 250.000	>250.000	Média
MG	12.500	85.600	834.000	229.333
PR	12.286	63.167	750.000	79.700
SP	18.667	100.684	541.441	223.014
Média Geral	15.652	85.978	621.030	192.851

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usf

Aves Brancas X Aves Vermelhas

O comparativo entre a quantidade de aves brancas e vermelhas mostra que a grande maioria dos produtores opta por produzir galinhas que geram os ovos brancos. Poedeiras brancas produzem ovos brancos. Da mesma maneira, aves vermelhas depositam ovos vermelhos.

A média geral da amostra revelou que 91,16% das aves são brancas e apenas 8,84% são vermelhas. Em conversas com os produtores, descobriu-se que não existem motivos para esta grande diferença. O fator que leva os produtores a optarem pela criação de aves brancas é simplesmente a preferência dos consumidores.

O percentual de aves brancas não significa que, em cada dez propriedades, mais de nove tem exclusivamente aves brancas. O que se encontra, na grande maioria dos casos, são granjas que possuem uma pequena parte do plantel composto por aves vermelhas. Em toda a amostra, apenas duas unidades produtoras criavam exclusivamente aves vermelhas. Já as exclusivamente produtoras de ovos brancos eram comumente encontradas.

Conforme a Tabela 5, pode-se observar que em Minas Gerais há quase uma totalidade de aves brancas (94,55%). Já em São Paulo e no Paraná, esta proporção é um pouco menor: 89,94% e 87,33%, respectivamente. A exceção fica por conta dos pequenos produtores paranaenses. Dentre eles, 27,91% do plantel é composto por aves vermelhas. No plantel dos pequenos produtores paulistas, apenas 4,82% são aves vermelhas, e no Estado de Minas Gerais, 100% das granjas com menos de 25.000 poedeiras produzem exclusivamente ovos brancos.

No grupo dos médios produtores, o percentual de ovos vermelhos é um pouco mais elevado, chegando a 14,43%. Os Estados do Paraná e de São Paulo possuem, cada um, quase 19% de aves vermelhas, enquanto que Minas Gerais têm apenas 5,49%.

A uniformidade fica por conta dos grandes produtores. Todos eles possuem mais de 90% do plantel composto por aves brancas. O resultado disso é que apenas 7,12% dos granjeiros com mais de 250000 poedeiras são compostos por galinhas vermelhas.

Tabela 5 - Composição do plantel / escala de produção

		0 – 25.000	25.001 – 250.000	>250.000	Média
MG	Branças	100,00%	94,51%	94,50%	94,55%
	Vermelhas	0,00%	5,49%	5,50%	5,45%
PR	Branças	72,09%	81,48%	95,00%	87,33%
	Vermelhas	27,91%	18,52%	5,00%	12,67%
SP	Branças	95,18%	81,19%	91,86%	89,94%
	Vermelhas	4,82%	18,81%	8,14%	10,06%
Geral	Branças	90,33%	85,57%	92,88%	91,16%
	Vermelhas	9,67%	14,43%	7,12%	8,84%

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usq

Comercialização

A comercialização de ovos é um assunto que cada vez mais desperta o interesse dos produtores. Com a produção em mãos, muitas dúvidas surgem sobre como e para quem se deve vender. A obtenção do máximo lucro não se restringe à eficiência da produção; depende em boa parte das estratégias de comercialização. As buscas pelo melhor prazo e melhor forma de recebimento podem melhorar muito o preço do ovo.

A figura do atacadista está presente em todas as regiões pesquisadas. Ele compra ovos direto do produtor e os revende para o consumidor final ou a outros centros comerciais. Criticado muitas vezes por colocar o preço do ovo em patamares mínimos, o atacadista movimenta cerca de 92% da produção paulista, 75% da paranaense e 16% da produção mineira. Sem dúvida é através dele que a maioria da produção de ovos é escoada das granjas e chega à mesa do brasileiro. As Tabelas 6, 7 e 8 revelam os principais destinos da produção de ovos nos estados envolvidos pela pesquisa.

Um ponto a favor dos atacadistas é que eles são compradores fiéis. Muitos granjeiros não arriscam vender ovos de outra maneira com medo de ficar com a produção parada na sua propriedade. Acabam, desta maneira, ficando nas mãos dos atacadistas. Muitas vezes é preferível um preço menor e um prazo alongado, do que não vender.

Nas granjas do Estado de São Paulo é bem marcante este pensamento, pois pequenos, médios e grandes produtores produzem visando a garantir a venda de ovos através de atacadistas. Os dados organizados nas tabelas 6, 7 e 8, obtidos em pesquisa de campo, ilustram esse posicionamento. Pequenos, médios e grandes produtores vendem quase que 95% da produção aos atacadistas.

Tabela 6 - Destino da produção de ovos de pequenos produtores, por estado.

		0 – 25.000 aves (Pequeno produtor)			
	Atacadista	Supermercado	Avícola/varejão	Feira livre	Ambulantes
SP	94,34%	2,41%	0,00%	3,14%	0,10%
PR	46,11%	51,11%	2,78%	0,00%	0,00%
MG	83,16%	10,53%	6,32%	0,00%	0,00%

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usq

No Paraná, como em São Paulo, uma grande parcela de médios e grandes produtores (75%) também prefere vender sua produção para os atacadistas. Já os pequenos acham melhor distribuir sua produção entre atacadistas e supermercados (46 e 51%, respectivamente). Assim, os pequenos produtores que vendem sua produção para os atacadistas buscam uma garantia de escoamento da produção, e os que vendem para os supermercadistas priorizam melhores preços. Já no caso do Estado de Minas Gerais, os grandes produtores procuram fugir dos atacadistas, vendendo a maior parte da produção (70%) aos supermercados e para avícolas/varejões (21,7%), que pagam melhores preços. Entretanto, os pequenos produtores mineiros não conseguem suprir a demanda dos supermercados, ficando, assim, na mão dos atacadistas, que absorvem 83% de suas produções. Os

médios produtores ficam entre estes dois patamares. Vendem 45% de seus ovos para atacadistas e 36,8% para os supermercados.

Tabela 7- Destino da produção de ovos de médios produtores, por estado.

25.000 – 250.000 aves (Médio produtor)					
	Atacadista	Supermercado	Avícola/varejão	Feira livre	Ambulantes
SP	94,23%	3,38%	0,26%	0,26%	1,86%
PR	75,20%	21,79%	3,01%	0,00%	0,00%
MG	45,41%	36,88%	15,66%	0,00%	2,05%

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usp

A discussão principal recai sobre os atacadistas pelo fato de eles serem ou não formadores de preço. Por movimentarem grande quantidade de ovos, muitos acreditam que são eles que ditam o preço do produto no mercado interno. Por outro lado, há granjeiros que dizem que o preço é formado pela lei da oferta e procura, tendo em vista que quando há muito ovo no mercado, seu preço cai, e quando a procura aumenta, seu preço sobe. Contudo, o elevado percentual de negócios realizados entre os produtores e atacadistas fornece indícios de que eles (atacadistas) ditam os preços no mercado de ovos comerciais.

Os supermercados também movimentam significativa parte da produção de ovos. Em Minas Gerais, 62% dos ovos que saem das granjas vão parar diretamente nas gôndolas dos supermercados. Tal categoria cai para 22% no Paraná e para apenas 5% em São Paulo.

De forma menos usual, aparecem as vendas de ovos para avícolas, feiras livres e ambulantes. Apenas em Minas é que as avícolas movimentam parte significativa da produção, atingindo os 20 pontos percentuais. Em São Paulo e no Paraná, os três grupos juntos (avícolas/varejões, feiras livres e ambulantes) não atingem sequer a casa dos 3%.

No caso mineiro, o escoamento de ovos através de avícolas cresce quando passamos do pequeno para o médio produtor (6,32% para 15,66%), e da mesma forma para o grande produtor, atingindo os 21,7%.

Quanto aos supermercados, a principal reclamação dos produtores é que eles exigem um padrão de qualidade muito elevado, além de negociarem prazo de pagamento longo e preço baixo. Os supermercados são compradores fiéis, porém, para ser um de seus fornecedores, o granjeiro deve entregar sempre a quantidade encomendada com prazo e qualidade exigidos.

As avícolas/varejões, feiras livres e os ambulantes têm, em geral, pouca participação nas vendas de ovos. Apenas em Minas é que a figura das avícolas/varejões representam cerca de 20% das vendas de ovos. Nos outros estados, a presença destes tipos de comerciantes somadas não atingem 5%.

Enfim, percebe-se que existem dois grandes grupos que comercializam os ovos: os atacadistas e os supermercados. Somados, eles atingem 95% das vendas de São Paulo e Paraná e 80% das vendas mineiras.

Tabela 8 - Destino da produção de ovos de grandes produtores, por estado.

> 250.000 aves (Grande produtor)					
	Atacadista	Supermercado	Avícola/varejão	Feira livre	Ambulantes
SP	92,55%	3,83%	0,89%	0,91%	1,82%
PR	75,00%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MG	7,96%	70,34%	21,70%	0,00%	0,00%

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usp

A pesquisa confirmou que supermercados e atacadistas movimentam a maior parte da produção, sem demandar muito esforço de negociação por parte dos granjeiros, já que são compradores fiéis. Por outro lado, não oferecem bons preços. (Veja alguns resultados nas tabelas 9, 10 e 11)

Para os pequenos produtores, a escala de produção reduzida força-os a entregar sua mercadoria para supermercados e atacadistas. Conforme aumenta a escala de produção, aumenta também o poder de barganha no momento de comercialização da mercadoria.

Como em alguns casos as granjas só comercializam com atacadistas e supermercados, estes acabam sendo considerados bons pagadores por falta de opção. O que foi revelado é que quanto mais formas de escoamento existem, mais maus pagantes são considerados os supermercados e os atacadistas.

Dentre os pequenos produtores, percebe-se que a maioria de paulistas e mineiros vende sua produção para atacadistas (75%). Para o restante das pequenas propriedades paulistas, a produção se divide entre supermercados e feiras livres. No caso das mineiras, o restante dos ovos é vendido para as avícolas/varejões. Nas granjas paranaenses com menos de 25.000 poedeiras a produção se divide igualmente entre atacadistas e supermercados (42,86%). O restante vai para as avícolas/varejões.

Tabela 9 – Melhores compradores de ovos para pequenos produtores, por estado.

	0 – 25.000 aves (Pequeno produtor)				
	Atacadista	Supermercado	Avícola/varejão	Feira livre	Ambulantes
SP	75,00%	8,33%	0,00%	8,33%	8,33%
PR	42,86%	42,86%	14,29%	0,00%	0,00%
MG	75,00%	0,00%	25,00%	0,00%	0,00%

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usp

No caso dos médios produtores já se nota uma menor participação dos atacadistas. No Paraná, apenas 25% dos ovos vai para a mesa do consumidor via atacadista. O restante vai direto para supermercados e avícolas/varejões (50 e 25%, respectivamente). Em Minas Gerais, o percentual de atacadistas se eleva para quase 47%. Supermercados e avícolas/varejões respondem por 20% da produção cada um, deixando os 13,33% restantes para os ambulantes.

São Paulo é a exceção à regra para os médios produtores. A presença dos atacadistas neste grupo é ainda maior do que nas pequenas granjas, chegando a quase 79 pontos percentuais. Ambulantes participam com 15,79% da produção, e o restante (5,26%) fica por conta das feiras livres.

Tabela 10 - Melhores compradores de ovos para médios produtores, por estado.

	25.000 – 250.000 aves (Médio produtor)				
	Atacadista	Supermercado	Avícola/varejão	Feira livre	Ambulantes
SP	78,95%	0,00%	0,00%	5,26%	15,79%
PR	25,00%	50,00%	25,00%	0,00%	0,00%
MG	46,67%	20,00%	20,00%	0,00%	13,33%

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usp

Nas propriedades com mais de 250.000 poedeiras, existe uma maior diversificação nas vendas de ovos. A exceção, neste caso, fica por conta do Estado do Paraná, que escoou toda a produção via supermercado.

Em Minas Gerais, a participação de atacadistas é mínima: 16,67%. Supermercados carregam 50% dos ovos produzidos nas grandes propriedades. Ambulantes se encarregam de mais 10%, e as avícolas/varejões, de 33,33%.

Em São Paulo, a participação dos atacadistas no escoamento das grandes propriedades cai, mas ainda é grande, chegando aos 57,14 pontos percentuais. Supermercados e ambulantes levam 14,29% cada um, e feiras livres e avícolas/varejões, 7,14% cada.

Tabela 11 – Melhores compradores de ovos para grandes produtores, por estado.

	> 250.000 aves (Grande produtor)				
	Atacadista	Supermercado	Avícola/varejão	Feira livre	Ambulantes
SP	57,14%	14,29%	7,14%	7,14%	14,29%
PR	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MG	16,67%	50,00%	33,33%	0,00%	10,00%

Fonte: Elaboração dos autores com base em dados Cepea/Esalq/Usq

CONCLUSÕES

Algumas conclusões importantes sobre esta pesquisa podem ser observadas através dos resultados obtidos.

Uma primeira conclusão é que os resultados mostram que fatores culturais sobre a salubridade do ovo ainda limitam o crescimento de seu consumo, e o prendem em patamares quase três vezes menores do que o colombiano, por exemplo. Isso mostra que um sistema de comunicação entre os agentes dos diversos elos do sistema produtivo de ovos se torna importantíssimo para o crescimento e sucesso deste sistema.

Uma segunda conclusão esta relacionada a comercialização dos ovos, onde os canais de distribuição apontam para a concentração na figura do atacadista. O produtor que tenta fugir dele acaba tendo mais dificuldade em vender seu produto. Não existindo cooperação e união entre os granjeiros, produtores de ovos. As poucas cooperativas que existem são ineficientes tanto para a compra de insumos, quanto para o escoamento da produção. Além disso, o produtor de ovos não demonstra confiança nas associações e cooperativas.

Enfim, acredita-se que essas constatações possam colaborar para reavaliações dos agentes desse setor de modo a otimizar seus resultados. Certamente, o foco deve ir além da produção máxima com mínimo custo possível. Tentar romper barreiras de consumo e comercialização é um dos desafios que pode ser enfrentado com campanhas consistentes de marketing, além de conseguir um apoio do setor governamental para este sistema produtivo do ovo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MIZUMOTO, F. M. Análise das transações do Sistema Agroindustrial de ovos. *In VI SEMEAD*. São Paulo, 2001.

TERRA, C. *Avicultura de postura na virada do milênio*. Agroline.com.br. Disponível em: <http://www.agronline.com.br/artigos/artigo.php?id=17>. Acesso em: 07 de outubro de 2003.

TEIXEIRA, J. C. *O ovo reabilitado*. Avisite.com.br. Disponível em: <http://www.avisite.com.br>. Acesso em 24 de outubro de 2003.

ANUALPEC-1996, ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA PRODUÇÃO ANIMAL, São Paulo: FNP-Consultoria & Comércio, 1996.

ANUALPEC-2002, ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA PRODUÇÃO ANIMAL, São Paulo: FNP-Consultoria & Comércio, 2002.

ANUALPEC-2003, ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA PRODUÇÃO ANIMAL, São Paulo: FNP-Consultoria & Comércio, 2003.