ABRE ASPAS: J. C. GODOY & J. C. TEIXEIRA DA SILVA

Dois José Carlos: um Godoy, outro, Teixeira da Silva. O primeiro, secretário executivo da Apinco. O outro, consultor em avicultura. Ambos falam a AGROANALYSIS do crescimento da cadeia no Brasil, dos números que confirmam esse crescimento, da crise que o setor atravessou no primeiro semestre e da privilegiada visão de cadeia que a atividade alcançou nos últimos trinta anos. Afinal um frango precisa ir para o abate no tempo previsto. Do contrário, continua consumindo ração sem obter ganho concomitante. E ganho – concomitante ou não – é uma diretriz que tem orientado o setor: hoje se produz um frango com 42% a mais de carne, consumindo 40% a menos de ração do que o que se produzia há 50 anos. Hoje exportamos 220 vezes mais carne de frango do que há 25 anos. Há tempos somos o segundo maior exportador de frango do mundo. À nossa frente, apenas os Estados Unidos. Mas não é tudo, concordam nossos entrevistados. É preciso ganhar competitividade externa. E para isso é necessário que o gigante Brasil desperte, deixando de exportar impostos e agregando valor aos seus produtos agropecuários.

Acorda, Brasil

A avicultura brasileira quer alçar vôos ainda mais altos

DA REDAÇÃO

❖ A produção de carne de frango no Brasil de uns tempos para cá vem sendo bem maior do que a das outras carnes... qual o segredo?

Godoy — Não é preciso ir muito longe: a produção de um boi demanda pelo menos 30 meses, a de um suíno, nove e a de um frango, apenas 42 dias. Por isso a avicultura cresce mais rápido que a pecuária de corte e a suinocultura. Junte a isso a possibilidade de multiplicação artificial por incubação e você terá o alimento perfeito para os dias de hoje: o de produção veloz e em escala. Não é novidade, é típico das aves. Por isso elas são consideradas ideais para experimentos científicos de aumento de produtividade, verdadeiras cobaias, com respostas rápidas e replicações também rápidas. Isso vem permitindo que elas absorvam um melhoramento genético, sanitário, nutricional e de manejo permanente. Os dados falam por si.



Há menos de 50 anos um frango consumia cerca de 5 quilos de ração para chegar a pouco mais de um quilo e meio, depois de 80-90 dias de criação. Hoje com pouco mais de quatro quilos de ração ele chega a dois quilos e trezentos – ou seja, 42% a mais de carne – em 40-47 dias (a metade!). Considerando a relação quilo de ração/quilo de carne, são 40% a menos de ração. Outro fator de sucesso é que as aves são animais menores e possibilitam a criação intensiva. Nos primórdios da avicultura, isso tornou a atividade extremamente

democrática: um pequeno pedaço de terra transformava o empreendedor em produtor. Hoje, é a melhor resposta à falta cada vez maior de terras disponíveis para agricultura e produção animal.

Teixeira da Silva — Na verdade o segredo do crescimento da avicultura no Brasil está ligado à transferência de todo o ganho de produtividade e redução de custos para o consumidor final, o que populariza o consumo. Em dezembro de 1989, um quilo de carne de frango custava no açougue a mesma coisa que um quilo de acém, que é uma carne de segunda. Em maio passou a custar 38% menos que o acém. Comparando o consumo das duas carnes nos últimos trinta anos você observa que a carne de frango vendeu 10 vezes mais que a bovina. Em 1970 o consumo *per capita* de carne de frango era de 2,3 quilos; em 1999 passou a 29,13 quilos, contra 22,8 e 34,7 quilos da carne bovina e 8,1 e 9 quilos da carne suína. O volume exportado de carne de frango em 1975 foi de 3,5 mil toneladas. Em 1999, passou a 771 mil toneladas – um crescimento arrebatador.

Godoy — Duas peculiaridades brasileiras também contribuíram para isso. A começar pelo clima, que dispensa ambientes climatizados, com custo menor e produtividade naturalmente maior – maior até mesmo que a de nossos vizinhos argentinos, que sempre que podem acusam a avicultura brasileira de *dumping*, esquecendo-se de que nossas condições ambientais possibilitam uma produtividade bem maior e conseqüentemente uma produção mais em conta.

Esse mesmo clima assegura grãos de alto padrão de qualidade, que se transfere para os frangos e para os ovos produzidos. Nos anos 70, quando o Brasil procurou o mercado externo, um dos fatores que abriu as portas para o frango brasileiro foi o sabor. Não tinha aquele gosto de peixe que a ave dos outros países tinha.

Outra peculiaridade é a mão-de-obra, que é abundante aqui. Na avicultura, a força de trabalho precisa ser treinada, já que cada segmento da produção requer especializações diferentes. Isso tornou a avicultura atrativa para o homem do campo, com emprego permanente nos 365 dias do ano e remunerando melhor uma mão-de-obra de melhor qualidade.



Godoy: exportar alimentos finais

❖ A avicultura sofreu forte crise ao longo do primeiro semestre. Agora parece estar se recuperando. Como está sendo esse processo de recuperação?

Teixeira da Silva — Essa crise teve três causas importantes: os baixos preços, o crescimento de alojamentos das aves e a elevação dos custos de produção, com o aumento dos preços do milho e da soja.

Hoje a situação é de equilíbrio, por conta da redução do número de aves criadas. Mas esse equilíbrio vai ser afetado pelo preço do milho na entressafra, quando os efeitos climáticos forem sentidos. Se a procura se mantiver nos patamares atuais, a conjunção de custos maiores e de queda da produção, que já se vislumbra por conta da redução do parque matrizeiro, vai promover a valorização do frango e o aumento dos preços no último trimestre.

Godoy — A explicação para a crise e para a recuperação atual – por ora só parcial, já que foi insuficiente para cobrir os prejuízos acumulados no primeiro semestre – está sendo analisada no artigo que enviei para o Especial desta edição. A recuperação recai sobre o produto, mas não necessariamente sobre o produtor. Ou seja, a remuneração melhorou porque a produção é menor; mas a queda não foi resultado de uma atitude unânime dos produtores, e sim do alijamento de mercado de um grande número deles.

Teixeira da Silva — A superação dessa crise só vai ser possível após o último trimestre, e assim mesmo se forem mantidas as condições atuais. Até lá o máximo a fazer será recuperar os prejuízos.

Godoy — É, e os produtores que saíram dificilmente retornarão à produção. A maioria dos que permanecem ainda vai precisar de um bom tempo e de bons preços para se curar das feridas deixadas pela crise.

❖ A avicultura já superou várias crises como essa. Qual o segredo? A organização institucional do segmento é um deles?

Teixeira da Silva — A organização institucional e o sistema de integração ajudam a enfrentar esses períodos adversos.

Godoy — E o setor pode minimizar ou até evitar crises como essa. Mas, verdade seja dita, o que realmente pesa no encurtamento das crises avícolas é a rapidez no ciclo de produção do frango. O lucro (ou prejuízo) é realizado em apenas 40-50 dias, o que permite ao produtor buscar rapidamente novas opções ou se afastar temporariamente do mercado.

❖ Por que foi criado e como foi possível à avicultura desenvolver um rico conjunto de informações estatísticas?

Godoy — Os primeiros levantamentos estatísticos foram feitos no fim dos anos 60, quando o governo legalizou a entrada de aves no país, só permitindo a importação de avós e não mais de matrizes ou mesmo de aves comerciais. Com isso, o número de importadores no mercado ficou limitado a pouco mais de 10, o que facilitou o levantamento de produção realizado pela UBA (União Brasileira de Avicultura). O mesmo aconteceu com as exportações nos levantamentos da Abef (Associação Brasileira dos Exportadores de Frangos), no fim dos anos 70, envolvendo um número restrito de empresas.

Teixeira da Silva — A introdução da genética importada também contribuiu para a consolidação desse acervo. A necessidade de controle permanente estabelecia que o mercado fosse orientado com dados confiáveis para ajudar

o setor a se adaptar, desenvolver e manter planilhas confiáveis de organização setorial em todos os segmentos.

Godoy — Mas continuava faltando o mais importante: o volume de carne de frango efetivamente produzido e o volume que permanecia no mercado interno depois de deduzidas as exportações. Porque os números relativos às matrizes produzidas só permitiam estabelecer um potencial de produção que na prática é extremamente variável, conforme o melhor ou pior modo de se utilizarem essas matrizes. É um fator que depende das condições do mercado final do frango. O surgimento dos levantamentos mensais da Apinco (Associação Brasileira dos Produtores de Pintos de Corte) possibilitou preencher essa lacuna.

Os primeiros levantamentos da Apinco objetivavam apenas orientar os produtores de pintos de corte quanto à evolução de produção do setor. Mas como cada pinto produzido tem uma produtividade de carne de frango predeterminada, foi possível projetar o volume total produzido de carne de frango e estabelecer a disponibilidade interna do produto. O que permite chegar, inclusive, a índices mais efetivos do consumo *per capita* e de sua evolução anual.

❖ **Desde quando são realizados esses levantamentos?**

Godoy — Desde 1981 e pode-se dizer que se tornaram a base oficial e mesmo internacional das informações estatísticas sobre a produção nacional de frangos. Naquela época o setor produzia em média, por mês, 93 milhões de pintos de corte e 124 mil por tonelada de carne de frango. Hoje a produção de pintos na média mensal do primeiro semestre está em 266 milhões – 186% a mais do que naquela época – e a de carne de frango em 480 mil por tonelada – 287% a mais. Essa diferença de 100 pontos percentuais entre o aumento na produção de pintos e o aumento na produção de carne é a melhor demonstração dos ganhos de produtividade obtidos pelo setor nas duas últimas décadas, ou seja, maior peso do frango mais redução no tempo de criação.

❖ **Há diferenças marcantes entre empresários avícolas e empresários de outros segmentos? A avicultura parece ter mais visão de cadeia. É isso?**

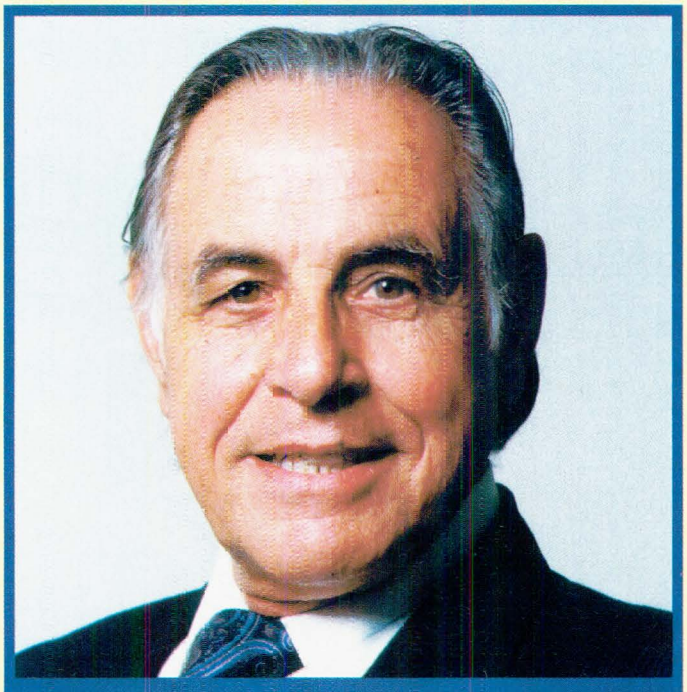
Teixeira da Silva — Os empresários avícolas têm uma boa compreensão da cadeia produtiva e dos sistemas de parceria que socializam os resultados positivos. O entendimento dessa necessidade e o envolvimento deles na busca de resultados beneficia todos os elos da cadeia, acho.

Godoy — A visão de cadeia produtiva é uma necessidade na indústria avícola, principalmente em função da "perecibilidade" (entre aspas) de seus vários produtos.

Teixeira da Silva — As cadeias de aves e ovos estão integradas e atuam de maneira harmônica, até mesmo na adoção de uma tecnologia mais adequada e coerente com os processos mais modernos de produção disponíveis em outros países. Isso promove o intercâmbio entre os componentes e dá uma visão clara da necessidade de serem competitivas.

Godoy — Tudo na avicultura obriga a um rigoroso planejamento de cadeia, que é dispensável ou menos necessário em outros segmentos da produção animal. O pinto de corte é pinto de um dia, literalmente: se não for alojado, será sacrificado; o frango precisa ir para o abate no período previsto, do contrário, continuará consumindo ração, sem proporcionar ganho concomitante; e o frango abatido, se for apenas resfriado, tem curtíssima vida de prateleira; se for congelado, estocado, terá custos adicionais que não se coadunam com o baixo preço unitário do produto final.

No caso do boi, se cair o consumo de carne bovina, os varejistas reduzem suas compras; o abatedouro reduz os abates, adquire menos bois; e o criador, o que faz? Deixa o boi no pasto, à espera da procura. A avicultura não tem como se dar a esse luxo. Uma vez alojada a matriz, lá no início da cadeia produtiva, é desencadeado todo um processo que só culmina quando o produto final chega ao consumidor.



Teixeira da Silva: tributos excessivos

❖ **Como se deu a criação da APA e a da Apinco?**

Teixeira da Silva — A APA (Associação Paulista de Avicultura) foi criada por avicultores e comerciantes em 1945, para se dedicar a atividades ligadas à postura. Ela nasceu com o apoio das indústrias de rações e equipamentos que surgiam naquela época, com o objetivo de se tornar um movimento associativista que orientasse os produtores a encaminhar seus pleitos e reivindicações para disciplinar as ações mercadológicas.

Com o passar do tempo e o desenvolvimento da atividade, sentimos que era necesssária uma segmentação maior e componentes da própria APA voltados para a produção de frangos de corte fundaram a Apinco em 1979. O trabalho da Apinco na organização do setor vem sendo um marco muito importante para os objetivos alcançados pela nossa avicultura.

Godoy — A Apinco foi fundada por um grupo de produtores de pintos de corte do Sudeste que procurava, em fins dos anos 70, visualizar melhor o setor que crescia rapidamente. Como dizia um de seus fundadores, Luiz Antonio Barrichello, "não sabemos quem somos, quantos somos, onde estamos e muito menos quanto produzimos". Pois bem: para responder a essas indagações é que se criou a Apinco. Esses produtores haviam observado que a atividade evoluía para um alto grau de especialização e também se disseminava por todo o país. Depois disso a Apinco mereceu a atenção de produtores de pintos de corte de todo o Brasil e ganhou contornos nacionais, com mais de 90% da produção brasileira de pintos de corte e mais de uma centena e meia de empresas.

❖ **Há também uma certa tradição em campanhas publicitárias institucionais. Qual delas teve maior destaque? Qual a fórmula para engajar financiadores?**

Teixeira da Silva — A APA participou de duas campanhas publicitárias memoráveis, uma em 1993, quando foi criada a Promovos, e outra em dezembro de 1994, realizada pela Associação dos Produtores de Frangos.

Ambas queriam ampliar o consumo e valorizar o produto. Vivíamos um período econômico delicado, quando se implantava o Plano Real, mas hoje sabemos que foram bem-sucedidas. Só que faltou continuidade, ao meu ver, e isso prejudicou as metas estabelecidas.

Godoy — Concordo. Em relação aos outros segmentos da produção animal, a avicultura realizou maior número de campanhas publicitárias. Mas é preciso confessar que as iniciativas do gênero permanecem muito aquém do porte alcançado pelo setor. O aumento de consumo tem sido conquistado fundamentalmente em função dos preços historicamente decrescentes e não porque se tenham vendido ao consumidor as qualidades do produto. E essa é uma necessidade fundamental – no mínimo, porque o paladar e o bolso do consumidor são disputados a cada dia por uma infinidade de novíssimos alimentos, a maioria deles envolvendo grandes campanhas de lançamento e de manutenção do consumo.

Teixeira da Silva — Na origem as campanhas tinham como modelos as campanhas institucionais de entidades de outros países sobre carne bovina, suína, ovos e frango, e procuravam sempre valorizar os produtos da avicultura como alimentos de alta qualidade, na firme convicção de que o mercado é feito de duas pontas: oferta e demanda. Quando você não pode restringir a produção por pulverização, é preciso estimular a procura, encontrando o equilíbrio adequado à prática de preços remuneradores aos vários agentes da cadeia.

Godoy — Mas a necessidade de comunicação da avicultura com seus consumidores não pode ficar restrita à mera promoção do consumo. Precisa ser também informativa, para eliminar antigos equívocos que até hoje pairam sobre o setor. Os frangos *não* são criados com hormônios! Os ovos *não* são geradores de problemas de colesterol nos consumidores. Mas essas e outras verdades ainda não foram ditas pela avicultura, que continua a perder por essa omissão uma boa parcela de seus consumidores.

Essa diferença de 100 pontos percentuais entre o aumento na produção de pintos e o aumento na produção de carne é a melhor demonstração dos ganhos de produtividade obtidos pelo setor nas duas últimas décadas, ou seja, maior peso do frango mais redução no tempo de criação.

❖ **Como vão as exportações de aves?**

Teixeira da Silva — Vão bem em volume. No primeiro semestre tivemos um aumento de 17,06%, em relação ao mesmo período do ano passado, com destaque para os recortes, que cresceram 28,77%.

Godoy — Ainda que as exportações de carne de frango enfrentem os mesmos percalços dos outros segmentos exportadores – fundamentalmente, protecionismo externo, como no caso argentino, e ausência de uma agressiva política interna de exportação. O que não tem impedido, graças aos esforços do empresariado exportador, que os volumes de carne embarcados pelo Brasil evoluam continuamente.

Teixeira da Silva — Novos países compradores e uma política mais agressiva concorreram para isso, embora problemas com a Argentina e com os subsídios dos EUA e da União Européia ainda sejam obstáculos consideráveis para a expansão dos negócios internacionais. Apesar do aumento de volume, o faturamento foi menor nas exportações de carne de frango de janeiro a junho de deste ano, atingindo -11,73%. O preço médio também caiu 24,60% e foi parar em US$0,907/FOB por tonelada neste ano, contra US$1,203/FOB em 1999.

❖ **A avicultura tem algo a ensinar à cadeia da carne suína, por exemplo?**

Teixeira da Silva — A suinocultura está promovendo um grande esforço de marketing para aumentar o consumo de seus produtos, de olho em preços justos em todas as etapas. Esse esforço deve resultar em benefício para todos os integrantes da cadeia. Mas não pode ser uma ação isolada, tem que ter continuidade.

Godoy — A propósito, me parece significativo o grande número de investimentos feitos no Brasil por empresas estrangeiras na área da suinocultura. Por quê? Porque começam a faltar espaço e condições ambientais para a produção, sobretudo na Europa. Porque, também, a economia européia não tem condições de sustentar por muito mais tempo os altos subsídios proporcionados à agricultura e à produção animal. E porque, embora nossas forças políticas continuem ignorando isso, o Brasil é o único país em condições de tornar-se o "celeiro do mundo".

❖ **Que desafios a superar no campo externo? Quais os principais desafios a serem superados internamente?**

Godoy — O país iniciou suas exportações há apenas 25 anos e há tempos está colocado como o segundo exportador mundial – à nossa frente, só os Estados Unidos –, o que significa que superamos exportadores tradicionais. Essa é a melhor comprovação da qualidade do frango produzido no Brasil.

O frango brasileiro tem todas as condições de continuar sendo um dos maiores abastecedores do mercado mundial, com participação sempre crescente, pelas condições internas de produção. Depende, apenas, de efetiva política interna, de exportação, sim, mas também agrícola.

Teixeira da Silva — O Brasil tem um custo de produção muito favorável em relação aos outros países, e as condições climáticas, de extensão geográfica, de meio ambiente, de tecnologia avançada nos colocam em situação privilegiada para competir com vantagem. Gargalos há, como o custo Brasil, a tributação inadequada e a falta de uma política agrícola para a produção de grãos. Mas os principais desafios internos a superar são os tributos excessivos e a necessidade de uma comercialização mais eficiente.

Godoy — Há toda uma potencialidade a ser explorada e que deve beneficiar a avicultura e toda a agropecuária brasileira. Mas além disso, precisamos também aprender a deixar de ser meros exportadores de produtos primários, passando a exportar sobretudo alimentos finais. Como precisamos também deixar de exportar impostos, tratando logo da reforma tributária. Acorda, Brasil!