

Comercialização de Produtos Agroindustriais: Um Estudo de Caso em um Frigorífico de Frangos

Afonso Jose Lemes ¹ (UNESPAR - CAMPUS DE CAMPO MOURÃO) - afonsojose@hotmail.com

Andressa Maria Corrêa ¹ (UNESPAR - CAMPUS DE CAMPO MOURÃO) - andmariah@hotmail.com

Camila Maria Uller ¹ (UNESPAR - CAMPUS DE CAMPO MOURÃO) - camilauller1994@gmail.com

Vander Luiz da Silva ¹(UNESPAR/CAMPUS DE CAMPO MOURÃO) - vander-luiz@hotmail.com

Resumo: A comercialização envolve uma série de atividades inseridas desde o produtor até o consumidor final. Neste contexto, a efetiva comunicação e interação entre esses elos produtivos torna-se indispensável para a boa comercialização de produtos. Os produtos agroindustriais vêm despertando a atenção dos consumidores, pois suprem as necessidades dos consumidores e atendem suas expectativas, por meio de particularidades que os diferenciam dos demais produtos, seja a partir da certificação, agregação de valor ou outros métodos. Sabendo disso, o presente estudo teve como objetivo desenvolver um estudo sobre a comercialização de frangos, em um frigorífico localizado no estado do Paraná, destacando as principais informações de produção e o modo como a comercialização é realizada neste setor. Para tanto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com colaboradores e observações diretas. O método de abordagem foi o qualitativo e a pesquisa é de natureza descritiva e explicativa. A partir das análises, nota-se que o processo de comercialização é indispensável às empresas, independente do porte e produtos ofertados, e no frigorífico, as atividades da comercialização estão inseridas na compra dos frangos nos aviários, processo de abate (modo como o produto será comercializado, emprego de certificações, e outros), centros de distribuição, supermercados e consumidores finais. É por meio dessas atividades que o produto chega ao consumidor, seja em âmbito nacional ou internacional, sendo que na exportação para países como Oriente Médio, determinados procedimentos devem ser seguidos, visando à comercialização de carne.

Palavras-chave: Comercialização da carne; agregação de valor; frigorífico de frangos.

1. Introdução

A avicultura de corte brasileira é reconhecida como uma das atividades mais desenvolvidas no mundo, com excelentes índices de produtividade (PESSOA *et al.*, 2013). De acordo com os dados da Associação Brasileira de Produção Animal (ABPA, 2015) a produção brasileira de carne de frango atingiu, em 2014, 12,691 milhões de toneladas, havendo um crescimento de 3,11% em relação ao mesmo período do ano anterior, mantendo o Brasil na posição de maior exportador e terceiro maior produtor mundial de carne de frango, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e da China.

Nas últimas duas décadas, a produção de frango de corte tem evoluído de forma bastante significativa no Brasil, isto em decorrência de melhorias dos índices de conversão

¹ Graduando em Engenharia de Produção Agroindustrial na Universidade Estadual do Paraná.



IX EEPA

IX ENCONTRO DE ENGENHARIA
DE PRODUÇÃO AGROINDUSTRIAL
19 A 20 DE NOVEMBRO DE 2015

alimentar, dos ganhos nutricionais, da pesquisa em genética, da maior automação dos aviários e do manejo adequado, o que resultam em ganhos de produtividade (SOUZA; OSAKI, 2011).

A parceria entre as indústria e os avicultores também contribuiu para a excelência técnica em todas as etapas da cadeia produtiva, implicando em custos menores de transação e na melhor qualidade, atendendo às demandas dos consumidores. Segundo Voilà (2013), a cadeia produtiva de frango pode ser definida por sequência de operações que acarretam na produção de bens. Podem ser desmembradas em três importantes áreas: a) produção de insumos, b) industrialização, c) comercialização e distribuição.

De acordo com o Ministério da Agricultura (MAPA, 2015), a taxa de crescimento de produção da carne de frango, deve alcançar 4,22%, anualmente, nas exportações, com expansão prevista em 5,62% ao ano. Deste modo, o Brasil deverá continuar na liderança mundial.

O Brasil vem apresentando alto potencial produtivo de carne de frango e de competitividade no mercado internacional, o que de fato se torna um atividade muito atrativa para alguns investidores. Assim, essas questões de comercialização se tornam uma forma de ampliar maneiras de competição do Brasil no mercado internacional e nacional (SOUZA; OSAKI, 2011).

Dessa forma, o presente artigo tem como objetivo desenvolver um estudo sobre a comercialização de frangos, em um frigorífico localizado no estado do Paraná, destacando as principais informações de produção e o modo como a comercialização é realizada. A análise feita no frigorífico justifica-se pela importância da comercialização de frangos no Brasil, a qual tem apresentado altos índices de crescimento. O País se tornou o terceiro produtor mundial e líder em exportação.

2. Referencial teórico

A comercialização envolve uma série de variáveis, sendo elas, as atividades ou funções por meio das quais bens e serviços são desenvolvidos e repassados dos produtores para os consumidores finais. Essas atividades podem ser definidas como a transformação dos bens, com o auxílio de recursos produtivos (capital e trabalho) que atuam sobre a matéria prima ou insumos (BARROS, 2007).

Segundo Barros (2007 apud PIZA e WELSH, p. 1) pode-se tratar comercialização como: “o conjunto de atividades realizadas por instituições que se acham empenhadas na transferência de bens e serviços, desde o ponto de produção inicial até que eles atinjam o consumidor final”.

Dessa forma, se não houver uma comunicação efetiva entre os consumidores e produtores, de nada vale uma boa produção desenvolvida se não cumprir com as exigências dos consumidores. Além disso, não ocorre o processo de comercialização, pois os consumidores exigem práticas de produção diferenciadas, como selos de qualidades, padronização dos produtos e políticas de fiscalização, o que envolve técnicas e métodos de produção, visando à aceitação dos consumidores por tais produtos (EMBRAPA, 2007).

Os meios que podem ser comercializada a carne de frango abrange o mercado nacional e internacional. No mercado nacional os frigoríficos caracterizam o ramo insdustrial da cadeia avícola e são responsáveis pelo abate, elaboração dos produtos e comercialização. Este segmento se distingue pelo predomínio de grandes empresas que apresentam tecnologias



IX EEPA

IX ENCONTRO DE ENGENHARIA
DE PRODUÇÃO AGROINDUSTRIAL
19 A 20 DE NOVEMBRO DE 2015

modernas de produção, alto grau de profissionalismo e grande capacidade de comercialização (JESUS JÚNIOR, 2007). Já no mercado internacional, uma prática bem conhecida é a Certificação Halal, na qual ocorre por meio de um processo pelo qual, uma parte credenciada (Serviço de Inspeção Islâmica (SIIL)) acompanha, treina e avalia o sistema de produção, para que esteja de acordo com os requisitos exigidos pela norma Halal, sendo emitido o certificado para demonstrar que esses requisitos da norma são atendidos (SIIL, SD).

Um dos fatores a impulsionar o crescimento é o poder de compra dos consumidores, a recuperação da economia e o aumento dos salários, obtidos na implantação do Plano Real implementado em 1993/1994. As perspectivas de crescimento da produção passam fundamentalmente pelo aumento e manutenção do poder de compra das camadas mais pobres da população (JESUS JÚNIOR, 2007).

A ocorrência de doenças como a gripe aviária é um dos fatores de maior influência para a comercialização da carne de frango e, de acordo com Violá e Triches (2013), a taxa de crescimento do consumo de carne de frango é de cerca de 4,33% ao longo do período de 2002 a 2010. Durante esse período, conforme dos dados apresentados pelos autores, houve a redução do crescimento de consumo em 2006, justamente em decorrência da queda de consumo provocado por um surto de gripe aviária, nos países asiáticos.

Para Fernandes e Queiroz (2003), outro fator importante para o aumento da produção brasileira de frangos foi a implementação do modelo de integração vertical. Esse modelo permite que os produtores tenham maiores rendimentos na produção, além de possuírem dentro desse sistema uma garantia de venda total do seu produto. Assim, as empresas integradoras aproveitaram o aumento da produção para elevar também as exportações brasileiras de carne de frango, já que era uma situação favorável para as vendas externas.

Segundo Souza (SD apud CEPEA, SD), o uso de tecnologias avançadas e de um rigoroso controle sanitário pela cadeia produtiva brasileira permite que o país se torne extremamente competitivo no mercado mundial. Estes fatores vêm posicionando o país como um dos líderes do mercado de carnes.

3. Metodologia

O estudo foi realizado em um frigorífico de frangos, localizado no estado do Paraná. O método de abordagem é o qualitativo, cuja pesquisa classifica-se, quanto aos fins como descritiva e explicativa, pois são detalhados os aspectos relacionados à comercialização de carne e subprodutos. Quanto aos meios classifica-se, como bibliográfica e estudo de caso.

Na realização do estudo foram realizadas observações diretas e entrevistas semiestruturadas com colaboradores. Os resultados são discutidos na próxima seção do artigo.

4. Resultados e discussão

A comercialização de carne de frango é um processo que está inserido desde os aviários até os consumidores finais. Ou seja, no início da cadeia produtiva, antes do abate, ocorre a comercialização dos frangos que saem do aviário (local onde são alimentados e mantidos por um período de em média 60 dias), e seguem em direção ao frigorífico (local onde se realiza a conversão do frango em carne *in natura* e subprodutos). Os frangos são provenientes de diferentes aviários, situados nas proximidades, isto, justamente para evitar estresse dos mesmos com o transporte prolongado, além de reduzir custos logísticos.

IX EEPA

IX ENCONTRO DE ENGENHARIA
DE PRODUÇÃO AGROINDUSTRIAL
19 A 20 DE NOVEMBRO DE 2015

No frigorífico são abatidos diariamente 160.000 frangos, em dois turnos. A cadeia produtiva da carne de frango é composta por uma série de etapas (Figura 1).

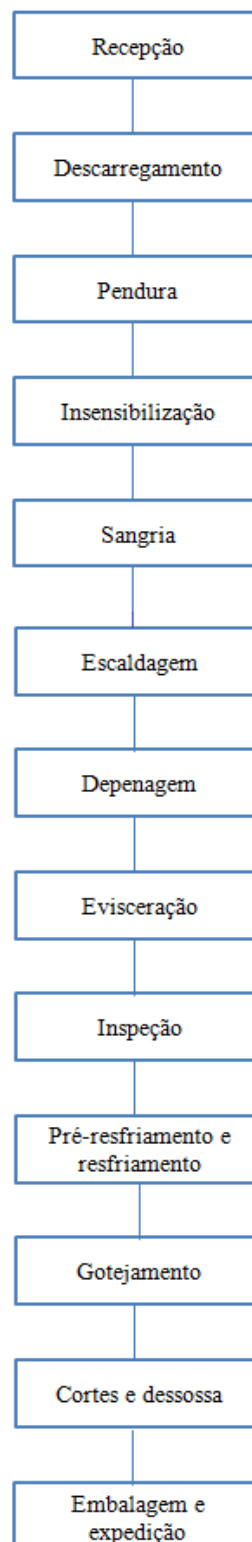


Figura 1 – Etapas do processo de abate dos frangos.

Essas etapas são apresentadas a seguir:

- a) **Recepção:** os frangos são recepcionados em um local coberto e com disponibilidade de ventiladores, visando reduzir o desconforto térmico, principalmente em dias quentes;
- b) **Descarregamento:** inicialmente, as caixas de transporte são removidas dos caminhões e, em seguida, os frangos são retirados do interior dessas;
- c) **Pendura:** Individualmente, os frangos são apanhados e pendurados, pelos pés, em ganchos de inox;
- d) **Insensibilização:** É realizada a partir do contato do frango com uma pequena quantidade de água eletrizada;
- e) **Sangria:** consiste no corte de vasos sanguíneos do frango, situados na região do pescoço. Tal método é conhecido como Halal;
- f) **Escaldagem:** os frangos são submersos em tanques com água aquecida, o que favorece a remoção de penas na etapa posterior;
- g) **Depenagem:** por meio das depenadoras, realiza-se a remoção de penas;
- h) **Evisceração:** as vísceras são extraídas de forma automatizada, utilizando máquinas específicas, como a cortadora de abdome, a extratora de cloaca e a evisceradora;
- i) **Inspecção sanitária:** as carcaças são avaliadas por representantes do Serviço de Inspeção Federal (SIF), possibilitando a identificação de enfermidades;
- j) **Pré-resfriamento e resfriamento:** visam à redução de temperatura das carcaças, contribuindo com a hidratação dessas;
- k) **Gotejamento:** nesta etapa, as carcaças são penduradas em trilhos e conduzidas para a sala de cortes. No decorrer do trajeto, ocorre a liberação do excesso de água absorvida pelo processo de resfriamento;
- l) **Corte:** a fim de agregar valor aos produtos, no frigorífico, as carcaças são processadas em cortes variados. Posteriormente, tais cortes são embalados e enviados à expedição.

Após o abate, obtêm-se a carne de frango *in natura*, que por sua vez é encaminhada aos centros distribuidores e, por fim, aos consumidores finais. O frigorífico em questão comercializa os produtos e subprodutos do frango em outros países, como o Oriente Médio, além do Brasil.

No Oriente Médio, a sangria é realizada pelos próprios mulçumanos, por meio do método Halal (consiste no corte manual de vasos sanguíneos situados na região do pescoço dos frangos, não havendo a remoção da cabeça). Neste contexto, observa-se que a comercialização de carne, neste país, ocorre mediante aos procedimentos já estabelecidos. Por outro lado, os países da Europa impõem barreiras comerciais quanto à qualidade da carne e o modo como os frangos foram criados e abatidos, principalmente se o bem estar do animal foi praticado.

O modo como as negociações ocorrem, em termos de preço, prazos de pagamento e volume de produtos são estabelecidas e decididas entre os representantes do frigorífico (vendedor) e os representantes dos países interessados (compradores), durante reuniões executivas. Geralmente, os contratos são a longo prazo.

Na comercialização de produtos, a agregação de valor é um importante procedimento para o alcance de vantagens competitivas. Tanto é que o frigorífico realiza a padronização de cortes, assim, por meio da praticidade oferecida ao consumidor, obtêm-se melhores resultados com as vendas. Em relação aos subprodutos do frango, esses são comercializados internamente como rações a base de sangue e ossos, e, o colágeno é destinado às indústrias farmacêuticas.

A Figura 2 descreve a estrutura básica do processo de comercialização do frango.

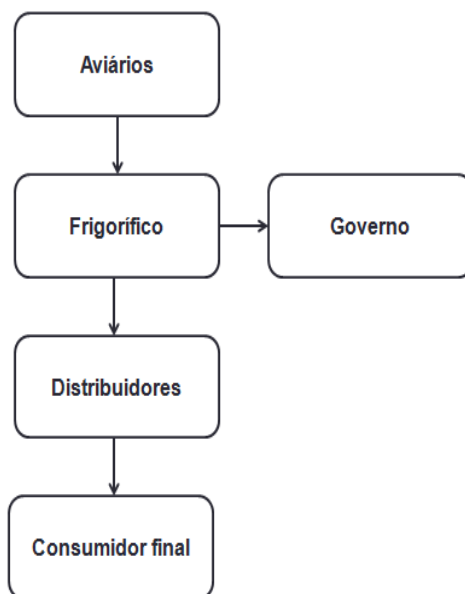


Figura 2 – Representação básica do processo de comercialização do frango.

Observa-se que no primeiro nível estão os aviários, onde os frangos recebem os suprimentos necessários para o desenvolvimento e ganhos de peso. Posteriormente, apresenta-se o frigorífico, o qual realiza a transformação do frango em carne *in natura* e produz subprodutos, a partir de uma série de etapas do processo de abate. No terceiro nível, o frigorífico envia o produto físico aos centros distribuidores, e, os recursos monetários, como impostos e taxas comerciais, ao governo. Por fim, os distribuidores encaminham a carne de frango ao consumidor final, em âmbito nacional e internacional.

5. Considerações finais

O processo de comercialização é indispensável às empresas, independente do porte e produtos ofertados. No frigorífico, as atividades de comercialização estão inseridas na compra dos frangos nos aviários, processo de abate (modo como o produto será comercializado, emprego de certificações, e outros), centros de distribuição, supermercados e consumidores finais.

IX EEPA

IX ENCONTRO DE ENGENHARIA
DE PRODUÇÃO AGROINDUSTRIAL
19 A 20 DE NOVEMBRO DE 2015

É por meio das atividades de comercialização que o produto chega ao consumidor final, seja em âmbito nacional ou internacional, sendo que na exportação para países como Oriente Médio, determinados procedimentos devem ser seguidos, visando à comercialização de carne.

Referências

ABPA - Associação Brasileira de Produção Animal, 2015. *Dados de produção brasileira de carne de frango*, 2015. Disponível em: <<http://www.ubabef.com.br/>>. Acesso em: 22 jul. 2015.

BARROS, G. S. C. *Economia da Comercialização Agrícola*. Universidade de São Paulo – USP, Piracicaba, 2007.

Danusa de Paula Sousa, Mauro Osaki. *Caracterização do Mercado Internacional de Carne de Frango Brasil X Estados Unidos*. Grupo de Pesquisa: Comércio Internacional, p. 1-12. SD.

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, 2007. *Recomendações técnicas para produção, abate, processamento e comercialização de frangos de corte coloniais*. Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Ave/SistemaProducaoFrangosCorteColoniais/mercado.htm>>. Acesso em: 22 jul. 2015.

FERNANDES FILHO, J.; QUEIROZ, A. M. *Transformações recentes na avicultura de corte brasileira: o caso do modelo de integração*, 2003. 13p.

JESUS JÚNIOR, C; PAULA, S. R. L.; ORMOND, J. G. P.; BRAGA, N.M. *Cadeia de carne de frango : Tensões, desafios e oportunidades*. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 26, p. 191-232, set. 2007

MAPA - Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. *Projeções de carne*, 2015. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/animal/especies/aves>. Acesso em: 01 de setembro de 2015.

PESSOA, G. T; SOUZA, G. V.; FERRAZ, M. S.; FEITOSA, M. L. T.; SAMPAIO, A. M. Estratégias inovadoras no manejo de frangos de corte em avicultura industrial: fases pré-inicial, inicial, engorda e final. *Revista Pubvet*, Londrina, v. 7, n° 12, Ed. 235, Art. 1553, 2013.

PIZA, C.T.; R.W. WELSH. *Introdução à Análise da Comercialização*. 1968. In: BARROS, G. S. C. *Economia da Comercialização Agrícola*. Universidade de São Paulo – USP, Piracicaba, 2007.

SIIL – Serviço de Inspeção Islâmica, *Certificação Halal*. Disponível em: <<http://www.islamichalal.com.br/servicos.php>>. Acesso em: 22 jul. 2015.

SOUZA, D.P.; OSAKI, M. *Caracterização do Mercado Internacional de Carne de Frango Brasil X Estados Unidos*. Piracicaba, SP, 2011.

VOILÁ, M.; TRICHES, D. A cadeia de carne de frango: uma análise dos mercados brasileiro e mundial de 2002 a 2010. *Instituto de Pesquisas Econômicas e Sociais*, Rio de Janeiro, v. 44, n. 43, p. 1-24. 1/2013.