



Produção de Ovos



Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Nídia Santana Caldas

Equipe Técnica

Carolina Salles de Oliveira

Autor

Luis Tadeu Assad

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

<http://www.staffart.com.br>

Apresentação do Negócio

A avicultura é uma das principais atividades do agronegócio brasileiro, e a produção de ovos ocupa significativa posição na oferta de alimentos para a população. Nesta publicação abordaremos os aspectos mais significativos na produção de ovos de galinhas para consumo humano. Nos textos a seguir não será objeto de discussão a produção de ovos de outras aves, especialmente codornas, nem a produção de ovos para incubação e geração de matrizes. Este material faz parte da Série Ideias de Negócios para 2014, que tem como objetivo explorar oportunidades para que os Pequenos Negócios apropriem-se dos investimentos programados para os megaeventos que ocorrerão no Brasil, bem como do maior volume de movimentação econômica antes, durante e após esses eventos. Este material não substitui a elaboração de um Plano de Negócio. As informações contidas aqui fazem parte de pesquisas e entrevistas com especialistas e empreendedores, com o objetivo de oferecer uma visão estratégica da atividade de Produção de Ovos. A decisão de investir em determinada atividade exige uma análise mais aprofundada de informações e alternativas com o intuito de diminuir os riscos e incertezas. Quando são realizadas projeções, para aumentar a precisão da análise, são consideradas variáveis como tamanho de mercado, preços, custos de capital, custos operacionais, entre outras. Caso o empreendedor decida promover investimentos neste ou em qualquer ramo de atividade, sugere-se que seja elaborado um Plano de Negócio e que o mesmo procure orientações na unidade do Sebrae mais próxima da sua região. Serão apresentados conceitos e informações relativas a processo produtivo, mercado, marketing e vendas, canais de comercialização, estrutura, localização, equipamentos, tecnologia, necessidade de pessoal, custos e capital de giro,

fonte de recursos, planejamento financeiro, legislação, cursos, eventos e sites com informações de interesse do empreendedor.

Mercado

Tendências e Oportunidades Grande parte do contingente de turistas esperados para os megaeventos esportivos é oriunda de países onde o ovo é ingrediente tradicional do cardápio cotidiano, e espera-se uma busca significativa por este alimento na rede gastronômica durante os eventos. Ainda objeto de preconceito quanto às suas qualidades, o ovo é reconhecidamente um importante contribuinte para uma nutrição humana de qualidade. Na sua composição estão contidos os principais nutrientes necessários ao desenvolvimento físico humano. Por exemplo, em crianças com idade de até três anos o consumo diário de um ovo atende a aproximadamente 50% das necessidades de proteína. Dessa forma, o consumo de tal alimento está diretamente relacionado à questão da segurança alimentar. Os ovos caipiras, assim como os ovos orgânicos, são também uma opção atrativa de mercado, mesmo na produção artesanal com os alimentos fabricados em menor quantidade e com o fabricante mais próximo do consumidor final, situação em que é possível obter produtos mais naturais e com menor quantidade de aditivos químicos, muito procurados e mais valorizados pelos consumidores. Apesar da diferenciação dos preços praticados segundo o método de produção (tradicional, caipira e orgânico), existem fatias de mercado dispostas a pagar mais caro por ovos orgânicos e caipiras. Em geral, o ovo orgânico é o mais caro dos três, e seu preço é de três a cinco vezes maior que o tradicional. O ovo caipira, por sua vez, ocupa, em média, a segunda posição no quesito preço. Para o produtor, o ovo caipira costuma ser o mais lucrativo dos três. Seu preço médio

é o dobro do ovo tradicional, mas sua produção em larga escala é mais difícil. Uma granja do sistema tradicional de médio porte tem cerca de 200 mil aves. Já uma do método caipira tem cerca de 6 mil animais. No orgânico, são criadas, em média, cerca de 3 mil poedeiras. **Cientes** A produção global de ovos dos dez maiores produtores mundiais registrou em 2009 a produção conjunta da ordem de 841,6 bilhões de unidades, o que corresponde a aproximadamente 70 bilhões de dúzias. Mais da metade desse volume concentra-se na China, que detém 56% da produção, ou cerca de 472,8 bilhões de unidades. Os Estados Unidos ocupam a 2ª posição, com uma produção de 90,4 bilhões de unidade. Ainda em 2009, segundo estimativas da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), o Brasil produziu 961,73 milhões de dúzias e ficou no sétimo lugar entre os produtores mundiais de ovos. As exportações brasileiras foram pouco expressivas, totalizando 27.721 toneladas, colocando o Brasil em 2009 na décima terceira posição no comércio mundial de ovos. O consumo mundial de ovos situa-se em torno de 210 unidades por habitante/ano, enquanto no Brasil os valores de consumo atingem valores da ordem de 168 unidades por habitante/ano. O empreendedor que optar por atuar no mercado de maneira integrada estará vinculado a uma indústria de ovos e com ela firmará contratos de volume e periodicidade de produção a ser comercializada diretamente ao integrador. O empreendedor independente deverá estabelecer seus canais de comercialização, seja por meio de uma associação ou cooperativa ou mesmo de maneira isolada, conquistando seu nicho de mercado. A fatia de mercado que consome produtos com apelo de sustentabilidade é importante segmento consumidor que deve ser explorado pelo empreendedor, atendendo à diferenciação exigida e fornecendo ovos com qualidade reconhecida, além de precificação e condições de comercialização únicas. **Produtos e Serviços Demandados** O

aumento do poder aquisitivo dos brasileiros em geral proporcionou o ingresso de um grande contingente populacional ávido por consumir produtos de qualidade. Acrescente-se ainda o grande contingente de turistas esperado para os jogos da Copa do Mundo da FIFA 2014, que exigirá da rede gastronômica o fornecimento de produtos alimentícios de qualidade. Sempre buscando a máxima eficiência produtiva, o empreendedor deve atender à legislação ambiental e sanitária que normatiza a atividade. Dessa forma, pode-se produzir o maior número possível de ovos, reduzir o investimento para o volume produzido e, assim, aumentar sua lucratividade. A assistência técnica especializada é fundamental para a manutenção da atualidade tecnológica do empreendimento e para o seu emprego de maneira mais adequada ao sistema de criação. Adicionalmente às possibilidades relacionadas com os produtos e serviços ao longo da cadeia de produção, a maioria dos produtores dispõe de criatórios em regiões com características propícias ao turismo rural, que, quando explorados, podem ser uma alternativa de negócio a ser incrementada para o setor.

Concorrência A produção de ovos no Brasil caracteriza-se pela intensa concentração em poucos estados brasileiros, com São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo e Paraná produzindo, em 2011, mais de 60% do total nacional. A comercialização de ovos fora do controle sanitário oficial constitui uma irregularidade passível de punição legal e representa um risco sanitário considerável. Tal procedimento acarreta em distorção do mercado, por aviltar a concorrência com o produto legalizado, fiscalizado e saudável, além de colocar os consumidores em risco de intoxicação alimentar severa. A concorrência com as indústrias de ovos é inviável para a quase totalidade dos empreendedores individuais, devido à escala de produção e fornecimento à rede consumidora, bem como às condições de comercialização. Recomenda-se ao produtor individual agregar-se a uma

associação ou cooperativa para poder desfrutar de vantagens competitivas decorrentes da união. **Fornecedores** A cadeia produtiva da avicultura de postura se vale de uma rede de fornecedores de serviços, insumos e produtos que proporciona os elementos necessários ao bom desenvolvimento da atividade. Desse modo, atuando no provimento das demandas da cadeia produtiva, temos, entre outros: a indústria farmacêutica veterinária a indústria de rações, suplementos, e minerais; a indústria de máquinas e equipamentos; os fornecedores de aves; instituições de ensino e pesquisa; e instituições de assistência técnica rural. É fundamental o empreendedor conhecer os fornecedores potenciais de sua região, identificando os insumos que agreguem o menor custo possível, obtendo o melhor resultado na lucratividade de seu empreendimento. É importante também o produtor buscar associação com outros produtores de sua região para negociação de preço e logística.

Localização

A localização dos empreendimentos é fundamental para o sucesso da atividade. Ainda que normalmente a alimentação das aves seja um item adquirido na rede fornecedora, a possibilidade de produzir grãos na propriedade constitui em medida de economia a ser considerada na implantação da granja. No entanto, também é necessário avaliar a localização do empreendimento quanto à proximidade do mercado consumidor, fornecedores de insumos e disponibilidade de assistência técnica. Preferencialmente, as instalações devem ser localizadas em região de relevo plano e de fácil acesso, com água e energia elétrica disponível, de maneira a proporcionar economia nos custos de produção, atendendo a requisitos de conforto e segurança para as aves e para os trabalhos diários. Ainda que, dependendo da área

disponível, seja possível a produção local da maior parte do alimento a ser fornecido aos animais, um empreendimento situado em uma região onde se plantem grãos, por exemplo, terá maior facilidade de adquirir os complementos nutricionais que não estejam disponíveis na propriedade. O empreendedor deve equilibrar os aspectos produtivos com os de logística que influenciam fortemente a tomada de decisão para implantação e sucesso do empreendimento. A proximidade do mercado consumidor favorece a entrega dos produtos com o menor gasto possível com transporte, além de minimizar perdas de qualidade decorrentes de longas viagens. Especialmente os custos de transporte, seja dos insumos entrando ou dos produtos saindo da propriedade, serão parcela significativa no custo total do empreendimento. O empreendedor deve ter em mente que na atividade de produção de ovos a disponibilidade de uma malha rodoviária de qualidade para escoamento da produção é condição limitante.

Exigências legais específicas

Para a abertura da empresa serão necessários registros junto à Secretária da Receita Federal, que emitirá o CNPJ; à Junta Comercial; à Receita Estadual, que emitirá a Inscrição Estadual (caso a empresa seja sujeita ao ICMS, como empresas do setor de comércio, transporte ou indústria); à Prefeitura Municipal, para obtenção de Alvarás de Localização e Alvarás de Licença Sanitários; à Secretária da Fazenda; e ao Sindicato Patronal. A empresa terá também que se cadastrar junto à Caixa Econômica Federal no sistema Conectividade Social – INSS/FGTS e obter o licenciamento ambiental para a atividade. O empreendedor deve estar atento ao Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11/9/1990) e às suas especificações. Como atividade pecuária, a criação de galinhas de postura deve obedecer à legislação da propriedade

rural, em especial quanto à obtenção do Certificado de Cadastramento de Imóvel Rural junto ao Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra). Deve também pagar o Imposto Territorial Rural junto à Receita Federal, observar as exigências quanto ao licenciamento ambiental na região da propriedade rural e atender à normativa do Ministério da Agricultura e das Secretarias Estaduais de Agricultura. Os funcionários empregados no empreendimento devem estar registrados conforme a legislação trabalhista determina, com toda a documentação referente a admissão, rescisão, folha de pagamento, guia de recolhimento das contribuições sociais (INSS, FGTS), contribuição sindical, décimo terceiro salário e cálculo de férias. No caso de beneficiamento, armazenamento e distribuição existem outras legislações relacionadas com a questão sanitária do produto que devem ser observadas junto aos serviços de inspeção federal (no caso de comercialização interestadual e exportação) e estadual (no caso de comercialização dentro do estado). Normalmente, os sindicatos rurais orientam sobre a documentação necessária e a legislação aplicável ao empreendimento pecuário.

Estrutura

Antes de iniciar o planejamento de uma granja para produção de ovos, é necessária a definição dos objetivos a ser atingidos, bem como o desempenho desejado para o empreendimento. Cálculos devem ser feitos de maneira realista, evitando-se gastos desnecessários. O empreendedor deve ter em mente que a atividade exige diversos procedimentos rotineiros, muitos dos quais necessitam de instalações específicas para ser executados. Nos sistemas de criação deverão ser previstas instalações específicas para as diversas etapas da atividade, conforme a seguir apresentado.

a. Coletas dos ovos É a operação inicial em que se realiza

coleta dos ovos nas instalações de postura. Esta operação deve ser realizada no mínimo de três a quatro vezes ao dia, garantindo uma menor incidência de ovos quebrados e sujos. Durante o recolhimento deve ser feita a primeira separação dos ovos sujos, trincados e quebrados. A presença desses ovos nas bandejas amplia o risco de contaminação dos outros ovos limpos. Na coleta dos ovos recomenda-se o uso de bandejas próprias de plástico, acondicionando-os com as pontas finas para baixo.

b. Transporte Durante o transporte dos ovos para a agroindústria, deve ser realizado o empilhamento de, no máximo, oito bandejas, pois isso diminui a pressão nas bandejas inferiores e, assim, reduz os índices de quebra dos ovos durante o transporte.

c. Lavagem Quando necessário, os ovos com sujeiras nas cascas ou com manchas podem ser limpos. O uso de sanitizantes adequados na lavagem de ovos é uma prática aceitável. Os compostos químicos frequentemente utilizados são compostos clorados. Recomenda-se que ovos extremamente sujos sejam descartados ou, se lavados, comercializados separadamente para fins específicos.

d. Ovoscopia Este processo avalia a limpeza, integridade da casca e ainda alguns aspectos da qualidade interna do ovo. A ovoscopia consiste em colocar o ovo contra um foco de luz em um ambiente escuro. Esta técnica pode ser realizada usando uma caixa com um orifício na parte superior e lâmpadas localizadas na parte interna da caixa. A luz do ovoscópio revela defeitos na casca, condições da gema (mobilidade) e da clara, presença de corpo estranho no ovo, anormalidades como manchas de sangue, desenvolvimento de embrião e o natural aumento da câmara de ar.

e. Classificação O método de classificação mais utilizado é a análise visual, respeitando os critérios da legislação específica – Resolução nº 5/1991 da Diretoria de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal e Animal (Dipova), que estabelece o padrão de identidade e qualidade para o ovo em natureza, exigindo que sejam comercializados

apenas ovos de casca limpa e inteira. A Resolução também classifica a cor da casca em: • branco: ovos com casca de coloração branca ou esbranquiçada; • de cor: ovos com casca de coloração avermelhada. O peso mínimo das unidades dos ovos e de suas dúzias também é critério de classificação, da seguinte maneira: • Tipo jumbo: 66 gramas cada ovo e 792 gramas a dúzia; • Tipo extra: entre 60 a 65 gramas cada ovo e 720 gramas a dúzia; • Tipo grande: entre 55 a 60 gramas cada ovo e 660 gramas a dúzia; • Tipo médio: entre 50 a 55 gramas cada ovo e 600 gramas a dúzia; • Tipo pequeno: entre 45 a 50 gramas cada ovo e 540 gramas a dúzia; • Tipo industrial: abaixo de 45 gramas cada ovo e abaixo de 540 gramas a dúzia.

f. Embalagem Os ovos devidamente classificados são acondicionados em embalagens com capacidade de meia dúzia, uma dúzia e duas dúzias e meia ou outras quantidades.

g. Estoque e Expedição A permanência em estoque dos ovos acondicionados deve ser mínima. O ambiente deverá ser fresco e arejado. Temperaturas altas e baixa umidade aceleram a perda da qualidade dos ovos estocados. O tempo de estocagem não deve ser superior a uma semana. O ambiente de estocagem dos ovos não deve conter outros produtos, especialmente aqueles com odores fortes. O planejamento de uma granja de postura deve partir de alguns critérios básicos: • Definir o número de aves como limite de estabilização; • Manter um número definido de produção diária, semanal e mensal; • Determinar o número de animais a serem substituídos por períodos definidos; • Programar a substituição dos lotes de aves, de maneira a não haver interrupção nem alteração nos níveis de produção. As instalações devem ser projetadas e planejadas para que permitam: • Fácil manejo; • Condições adequadas de higiene; • Boa ventilação; • Conforto; • Baixo custo; • Durabilidade. Um aspecto importante a ser observado no dimensionamento de uma granja é o período em que as instalações ficarão desocupadas a fim de que sejam

adequadamente higienizadas durante o chamado “vazio sanitário”. As estruturas para acomodação dos animais serão condicionadas pelo método de produção escolhido, seja o sistema de gaiolas, a criação no solo, ao ar livre ou confinado em galpões. Outra possibilidade é o sistema de produção orgânico, que exigirá instalações, alimentação e procedimentos de manejo específicos. Ainda que em um processo produtivo artesanal, o empreendedor deve atender aos critérios legais para obter a classificação como caipira, orgânico ou enriquecido e obedecer a critérios específicos de produção, extração e processamento. As especificidades na produção de ovos caipiras e orgânicos encarecem os custos de produção e o valor final do produto, principalmente devido aos requisitos de alimentação, instalações e densidade de aves. Além das estruturas para acomodação dos animais, deve ser especificado o nível de automação a ser empregado na granja. Conforme as características e necessidades do empreendimento classifica-se a alimentação, o fornecimento de água, o acionamento dos climatizadores e a coleta dos ovos serem efetuados por equipamentos automatizados. Especialmente nas fases iniciais da vida das aves, as instalações devem suprir suas necessidades de abrigo, alimentação, aquecimento e sanidade, de modo a minimizar perdas e proporcionar o ambiente adequado ao seu bom desenvolvimento. A adequada disposição dos resíduos deve ser objeto de atenção específica no empreendimento. A comercialização do esterco produzido na granja pode se constituir em importante fonte de renda para o empreendimento.

Pessoal

A quantidade de mão de obra demandada varia em função do porte do empreendimento, sempre se levando em

conta a manutenção de um grupo de funcionários ativos e competentes. É necessário que os trabalhadores sejam adequadamente treinados, e suas responsabilidades no empreendimento devem ser perfeitamente definidas, de maneira a se conhecer a capacidade e produtividade de cada empregado. Além do pessoal diretamente envolvido com o manejo rotineiro das aves, devem ser considerados os postos de trabalho necessários para a execução das outras atividades inerentes ao processo produtivo, como operação do maquinário (veículos, tratores, trituradores etc.), manipulação de rações, seleção e classificação dos ovos, e todas as atividades indiretamente relacionadas. Tão importante quanto estas rotinas de produção, são as atividades de controle e assistência técnica. Todos os dados devem estar devidamente registrados, seja de uso de insumos, dados zootécnicos, lista de fornecedores etc. Com isso e uma boa análise realizada por especialistas, reduzem-se custos e riscos de perdas na produção.

Equipamentos

A produção de ovos demanda uma variedade de equipamentos de uso específico para a atividade e uso geral de empreendimentos pecuários. Desse modo, deve ser considerado o emprego de diversos equipamentos no manejo dos animais. Alguns exemplos dos equipamentos utilizados são: campânulas para aquecimento, círculo de confinamento, comedouros, bebedouros, bombas de pulverização, debicador, triturador de grãos, misturador de rações, carrinhas para transporte de ração, caixas para transporte das aves, balança para rações e para os animais, equipamentos de limpeza e equipamentos de escritório. Além destes, dependendo do porte da criação, outros equipamentos são utilizados, como câmara fria para armazenamento dos ovos, tratores e veículos para

transporte de animais e de ovos, entre outros. Independentemente do equipamento utilizado, deve-se ter sempre em mente a necessidade de seguir criteriosamente o emprego dos recursos disponíveis na propriedade dentro de critérios de absoluta segurança para as aves e para os trabalhadores, além de empregar as melhores práticas de higiene e conservação do maquinário.

Matéria Prima / Mercadoria

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Organização do processo produtivo

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Automação

O emprego da melhor tecnologia disponível para o sistema pretendido de criação de galinhas de postura potencializa os resultados do empreendimento, favorecendo sua rentabilidade e lucratividade. A tecnologia de produção abrange diversos níveis de sofisticação, desde a criação com baixo nível de tecnificação – sem maiores preocupações com o desempenho produtivo dos animais e sem grandes investimentos em instalações, equipamentos e alimentação –, até os sistemas extremamente sofisticados – que fazem uso intensivo das técnicas e tecnologias mais modernas disponíveis, empregando linhagens de animais de genética sofisticada, alimentação balanceada, com equipamentos e instalações absolutamente atualizados. Independentemente do nível tecnológico empregado, o correto manejo sanitário dos

animais deve ser preocupação constante do empreendedor, minimizando as perdas decorrentes de enfermidades e parasitoses.

Canais de distribuição

Para conseguir uma comercialização exitosa, é necessário que o produtor tenha a consciência de que faz parte de uma cadeia produtiva. Por isso, deve estar atento ao mercado consumidor local e regional para poder direcionar seu foco de comercialização, sendo importante a divulgação, aliada à logística de distribuição. O objetivo final do processo de comercialização é fazer com que o produto chegue ao consumidor final. Todavia, alguns mercados demandam os produtos deste segmento de forma diferenciada, requerendo estrutura adequada e serviços de beneficiamento e distribuição dentro da cadeia produtiva, para que não haja comprometimento final da qualidade do produto e atenda a legislação vigente. Em geral, os pequenos e médios produtores aliam-se a outros entes ao longo da cadeia produtiva para viabilizar o escoamento da sua produção. No entanto, vários exemplos de organizações de produtores vêm demonstrando possibilidades de ampliação de ganhos com a verticalização da produção. Trata-se de associações que viabilizam a estrutura de beneficiamento e distribuição, etapas que poderiam ser difíceis para produtores isolados. De todo modo, é importante que o produtor isolado tenha em mente que deverá contar com pessoas aptas para controlar e comercializar a produção, mesmo que “dentro da porteira” para atravessadores. De maneira geral, existem algumas estratégias que o empreendedor pode adotar visando obter sucesso na comercialização, como: fazer embalagens chamativas, identificando a origem (rastreabilidade) e valores nutricionais; realizar venda direta para mercearias, mercados,

restaurantes, bares, supermercados e feiras da região; diferenciar o produto no mercado; e divulgar a marca, com fornecimento de material impresso para o mercado. Práticas sustentáveis – caracterizando produto “orgânico” –, além de meios de criação e produção que levem em conta o bem-estar dos animais, possibilitam atingir mercados mais exigentes quanto às técnicas de criação e produção das mercadorias no empreendimento. Conforme o porte do empreendimento e a estratégia do empreendedor, pode ser interessante considerar o investimento em representantes comerciais para ampliar as possibilidades de comercialização, seja pelo atendimento a uma região geográfica mais abrangente, seja pela facilitação do relacionamento entre o empreendimento e o cliente. A grande difusão de tecnologias para comunicação coloca o comércio eletrônico como uma opção relevante economicamente. O empreendedor deve considerar tal plataforma como uma opção para colocação de seus produtos no mercado. O Sebrae disponibiliza diversos produtos aos empreendedores que buscam auxílio para identificar as possibilidades de comercialização de seus produtos. Criados pelo Sebrae especificamente para aproximar vendedores de compradores, as Rodadas de Negócios são uma excelente oportunidade de realizar negócios com outros empresários, encontrar fornecedores, fechar parcerias e vender seu produto ou serviço. Para participar dos encontros e aproveitar as oportunidades, é importante que a empresa faça parte do Programa Sebrae 2014. O empreendedor pode se valer também de soluções disponíveis no mercado, por exemplo, a Rede Nacional Comércio Brasil do Sebrae. Essa iniciativa promove a interação entre os pequenos negócios e os canais de comercialização, valendo-se de agentes de mercado na procura de novas oportunidades de mercado; disponibilizando mecanismos para abertura e expansão do mercado das empresas participantes; estabelecendo alianças e parcerias de negócios; contribuindo

para a manutenção e incremento do faturamento; promovendo o acesso a mercados de forma sustentável e efetiva. Outra possibilidade de comercialização é o empreendedor tornar-se um fornecedor de bens e serviços para o governo nas esferas municipal, estadual ou federal. A legislação favorece a participação de pequenos negócios nos processos de compras governamentais e os programas sociais de aquisição de alimentos para populações carentes, uma vez que escolas e hospitais públicos são um mercado potencial para o fornecimento de ovos. Mais informações sobre as soluções e produtos fornecidos pelo Sebrae podem ser encontradas na Unidade do Sebrae mais próxima de sua localidade ou no portal da instituição (ver Sites Úteis).

Investimentos

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Capital de giro

O capital de giro são os recursos financeiros, próprios ou de terceiros, necessários para manter as atividades operacionais da empresa. A gestão do capital de giro é que determina a capacidade de saldar os compromissos de curto prazo, como compras de matérias-primas, pagamento de fornecedores, processo produtivo, os estoques, as vendas, a concessão de crédito, o pagamento de salários, os impostos e demais encargos. Alguns fatores contribuem para a redução da necessidade de capital de giro das empresas. Entre eles, podem-se destacar aumentos dos prazos para pagamento de fornecedores, redução dos prazos de recebimentos de clientes e redução dos níveis de estoque. É importante observar que a gestão dos estoques não se limita às questões relativas ao

capital de giro e merece um cuidado especial. Os criadores devem planejar sua produção de maneira que os produtos sejam comercializados dentro dos prazos necessários para que seu fluxo de caixa possibilite a quitação dos compromissos financeiros. Em determinados momentos a necessidade de capital de giro será maior e o produtor precisa estar preparado, seja através da formação de reservas ou através da captação de recursos junto aos financiadores. O volume de recursos necessários para capital de giro varia em função dos estoques existentes, dos prazos de produção, de pagamento dos fornecedores e de recebimento dos clientes. As instituições financeiras oferecem uma extensa variedade de produtos financeiros com taxas e prazos diferenciados. É importante que o empreendedor tenha conhecimento dos custos destas operações para que esteja apto a negociar e obter melhores condições no financiamento. Para isso, é importante pesquisar junto às diversas instituições financeiras públicas e privadas, promovendo visitas constantes e consultas aos balcões de atendimento do Sebrae da região.

Custos

Todas as despesas referentes ao processo produtivo na granja, inclusive a aquisição de insumos ou a contratação de serviços e mesmo prejuízos, são computados como custos no empreendimento. Em se tratando de atividade econômica, os produtos decorrentes da criação de galinhas de postura devem pagar todas as despesas geradas na atividade, e deixar uma lucratividade para o empreendedor. Dessa maneira, a atividade deve gerar receitas que cubram tanto as despesas fixas – decorrentes de investimentos em terra, instalações, maquinaria, equipamentos e aves –; como as despesas variáveis – rações, medicamentos, mão de obra, impostos, taxas, juros etc. Normalmente, sistemas intensivos de

produção tendem a ter seus custos mais elevados, especialmente no tocante à alimentação e mão de obra, e possibilitam volumes maiores de produção por unidade considerada. Entretanto, nem sempre os investimentos requeridos para a produção no sistema de criação intensivo são maiores que nos outros sistemas de criação. Tal diferença é explicada pela economia de escala na aquisição dos insumos e pela maior produtividade do sistema intensivo de criação. Outros custos estão relacionados à manutenção, depreciação das estruturas e equipamentos. Apesar de difícil de prever, estes devem estar estimados e registrados para avaliação adequada dos custos do negócio. É fundamental o controle rigoroso das despesas no empreendimento. Os empresários e produtores devem sempre gerenciar a produção, tanto os aspectos financeiros como os índices zootécnicos, de maneira a organizar os dados de produção e acompanhar os custos operacionais. A gestão financeira adequada do empreendimento possibilitará ao empreendedor avaliar seus custos e planejar suas ações de maneira a minimizar despesas e potencializar os resultados financeiros de sua atividade.

Diversificação / Agregação de valor

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Divulgação

O consumo de ovos no Brasil é de 168 unidades per capita/ano, enquanto o México apresenta um consumo de 345 ovos habitante/ano, praticamente um ovo por dia. Para que haja crescimento da demanda, o consumo deverá ser estimulado através de ações junto aos consumidores. Para tanto devem ser divulgados os principais benefícios do

alimento, dentre outros:

- Estudos mostram que o consumo de um ovo por dia não traz prejuízos à saúde; ao contrário, ajudam na manutenção de vitaminas do complexo B e proteínas de boa qualidade;
- Ovo pode ser consumido a qualquer hora, pois é altamente digestível;
- É versátil, pode ser consumido de diversas maneiras e combinado com uma infinidade de outros alimentos;
- Constitui a fonte alimentar mais barata que existe;
- Ovo é especialmente recomendado para crianças, gestantes, idosos e atletas.

Refletindo as qualidades nutricionais, as associações de produtores e a indústria de alimentos derivados de ovos periodicamente promovem campanhas publicitárias para divulgar as qualidades dos produtos e incrementar o consumo populacional. Além das iniciativas já desenvolvidas pelo segmento industrial da produção de ovos, os empreendedores que desenvolvem produtos artesanais podem promover visitas aos seus criadouros e degustação das mercadorias, o que fideliza o consumidor e proporciona outras possibilidades de ganhos, por meio do turismo rural. A participação em feiras e exposições agropecuárias possibilita a visibilidade do empreendimento e oferecem oportunidades de comercialização das aves poedeiras. O estabelecimento de critérios para definição da qualidade dos produtos e derivados típicos, caracterizando o desenvolvimento de produtos específicos – “ovos caipiras”, “ovos com ômega 3” –, pode se constituir em importante estratégia de diferenciação. A legislação brasileira define os critérios para a classificação dos ovos: “caipiras”, “orgânicos” ou enriquecidos com alguma diferenciação alimentar específica, tais como “ômega 3” e “vitamina E”. Tal classificação deve ser observada pelo produtor que se interessar pelo fornecimento desse produto. A divulgação adequada dos benefícios do produto diferenciado deve fazer com que a informação chegue aos diversos perfis do consumidor final, com estratégias específicas para cada um deles: aquele que conhece o produto e já o consome

frequentemente; aquele que consome eventualmente; e ainda aquele que quer consumir, mas precisa de informações adicionais para a tomada de decisão. Circuitos gastronômicos e campanhas junto a restaurantes, não só nas cidades que sediarão os jogos da Copa do Mundo da FIFA 2014, são também maneiras de maximizar o acesso ao mercado consumidor. O uso de tecnologias advindas da internet, seja a criação de portal, blogs, mídias sociais, estabelece um canal de comunicação direto com o mercado consumidor, por meio do qual será possível obter informações gerais sobre a empresa e os produtos comercializados, além dos canais de comunicação para os consumidores. Revistas especializadas também se constituem em importante canal de comunicação a ser explorado pelo empreendedor. Enfim, cabe ao empreendedor avaliar suas estratégias de divulgação, identificando o público que deseja atingir, e adotar o conjunto de práticas mais adequadas para os objetivos almejados.

Informações Fiscais e Tributárias

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Eventos

AveSui 2013 – Florianópolis/SC

<http://www.avesui.com/> **Congresso de Ovos APA 2013 -**

Produção e Comercialização de Ovos – Ribeirão Preto/SP

<http://www.congressodeovos.com.br> **Sial Brazil 2013 – São**

Paulo/SP <http://www.sialbrazil.com> **Salão Internacional da**

Avicultura – São Paulo/SP <http://ubabef.com.br/siav/> Feiras e

exposições agropecuárias e outros eventos do setor de abrangência regional e local ocorrem anualmente em diversos municípios do Brasil. Acompanhe os eventos da sua região

através das associações de avicultores locais.

Entidades em Geral

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Normas Técnicas

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Glossário

Barreira sanitária – Mecanismo legal, utilizado por autoridades governamentais de um país ou região, que impede ou restringe a circulação de organismos vivos, suas partes ou seus derivados. Este mecanismo tem por objetivo evitar ou prevenir de riscos de contaminação e disseminação de pragas e doenças; a introdução de espécies que possam ameaçar a saúde de seres humanos, animais e vegetais que vivam nestes locais; ou comprometer o equilíbrio ecológico da região.

Normalmente este termo é usado no caso de animais e seus derivados, enquanto o termo “barreira fitossanitária” refere-se a vegetais e seus derivados. O termo genérico mais usado é “barreira de biossegurança”. **Cadeia produtiva** – Conjunto formado por todas as ações e agentes interligados entre si (elos) que estão relacionados com a produção e distribuição de um bem ou serviço, desde a produção da matéria-prima até a comercialização do produto final. **Caipira** – Denominação atribuída a pessoas ou produtos oriundos do meio rural não modernizado e sem o uso de técnicas modernas de produção. **Cama** – É todo o material distribuído em um aviário para servir de leito aos animais. Mais especificamente, cama de

frango é o material que, permanecendo no piso de uma instalação avícola, irá receber excreções, restos de ração e penas. O material mais comumente utilizado é a maravalha ou cepilho de madeira. **Campânula** – Equipamento em forma de coifa utilizado para o aquecimento dos pintinhos nas primeiras semanas de vida. **Círculo de confinamento** – Estruturas circulares, geralmente de madeira flexível, utilizado para impedir que os pintinhos se afastem da área aquecida pela campânula. **Debicador** – Equipamento utilizado para o corte da ponta do bico das aves. **Densidade de criação** – Quantidade de aves criadas por metro quadrado de piso. **Efluentes** – Água de lavagem dos produtos e das instalações e equipamentos podendo conter resíduos sólidos como fezes, partículas de gordura, penas, ossos, carne, produtos de higiene, que fluem para fora do abatedouro e necessitam de destino adequado. **Manejo de animais** – São operações e técnicas utilizadas no trato de animais que se evidenciam no tipo e na forma de fornecimento de alimentação, na movimentação, nos tratamentos preventivos e terapêuticos de doenças, nas instalações para permanência ou repouso, dentre outros. **Sustentabilidade** – Estado de equilíbrio social, econômico e ambiental em um sistema produtivo, que se perpetua no tempo, garantindo a existência deste para as presentes e futuras gerações. **Vazio sanitário** – Designa o período imediatamente após a limpeza e desinfecção do aviário durante o qual este permanece fechado, interditado e sem a presença de animais até o início de um novo alojamento.

Dicas do Negócio

Independentemente do negócio, devem-se observar as regras básicas de estudo de mercado. A principal delas é estar ciente de que entrar no ramo de avicultura de postura é mesmo o que você quer, pois o trabalho é diário, mesmo em domingos

e feriados. Observa-se um crescente aumento no nível de exigência do consumidor em relação à qualidade dos produtos que vem consumindo, de modo que os ovos também são objeto dessa maior cobrança. Com isso, novos produtos vêm ganhando mercado, pois são produzidos em condições consideradas mais saudáveis pelos consumidores. Elas envolvem ração sem produtos de origem animal, bem-estar animal, não utilização de antibióticos e promotores de crescimento em qualquer fase da produção. Constata-se que, por exemplo, apesar de ambos serem nutritivos, os ovos caipiras têm uma maior concentração de nutrientes. Tal diferença pode ser observada na cor da gema, que, de amarelo pálido no ovo comercial, se torna quase vermelha no caipira, de maneira que sejam percebidos pelo mercado quase como dois alimentos diferentes. Tais requisitos estabelecidos pelo mercado consumidor proporcionaram o estabelecimento de segmentos de mercado passíveis de ser explorados pelo pequeno negócio, com resultados significativos em produtividade e retorno financeiro. A Copa do Mundo da FIFA 2014 proporcionará que significativa parcela de turistas estrangeiros tenha contato com produtos brasileiros produzidos dentro de padrões internacionais de exigência quanto aos aspectos de sustentabilidade, favorecendo, inclusive, a consolidação de possibilidades futuras de negócios com seus países de origem.

Características específicas do empreendedor

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Bibliografia Complementar

ASSOCIAÇÃO Catarinense de Avicultura. Principais produtores mundiais de ovos. Disponível em:

<http://acavsc.org.br/2011/?p=555>. Acesso em: 22 abr. 2013.

EMBRAPA Suínos e Aves. A produção de ovos no Brasil.

Disponível em:

http://www.cnpsa.embrapa.br/cias/index.php?option=com_content&view=

Acesso em: 18 abr. 2013. _____. Anuário estatístico:

avicultura. Disponível em:

http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc/sgc_publicacoes/publicacao_e0j29x7q

Acesso em: 18 abr. 2013. _____. Boas práticas de produção

na postura comercial. Circular Técnica 49, Concórdia, 2006.

_____. Planejamento da atividade de produção de ovos.

Disponível em: <http://www.cnpsa.embrapa.br/sgc>

/sgc_publicacoes/publicacao_t4l61l5l.pdf. Acesso em 18 abr.

2013. MAZZUCO, H. Ações sustentáveis na produção de ovos.

Revista Brasileira de Zootecnia, vol. 37, Viçosa/MG, 2008.

PASSIAN, I. M.; GAMEIRO, A. H. Mercado para criação de

poedeiras em sistemas do tipo orgânico, caipira e convencional.

In: XLV Congresso da Sober, Londrina/PR, 2007. SANTOS

FILHO, J. I.; SCHLINDWEIN, M. M. Fatores determinantes do

consumo de ovos no Brasil. In: XLV Congresso da Sober,

Londrina/PR, 2007. STEFANELLO, C. Análise do sistema

agroindustrial de ovos comerciais. Revista Agrarian, Dourados,

v. 4, n. 14, p. 375-382, 2011. UNIÃO Brasileira de Avicultura.

Avicultura brasileira em 2012. Disponível em:

<http://www.abef.com.br/ubabef/exibenoticiaubabef.php?notcodigo=3345>.

Acesso em: 21 abr. 2013. _____. Protocolo de boas práticas

de produção de ovos. São Paulo/SP, 2008. _____. Relatório

anual 2012. São Paulo/SP, 2012.