

INFORMATIVO DIÁRIO
DERAL
Departamento de Economia Rural

Data : 11/12/2000 Hora :

Título: Avicultura de corte

Fonte:

Autor: Athaide R. Miranda

Matéria:

Alojamento de pintinhos - Até setembro de 1999, o Paraná alojou 425.858.229 pintinhos enquanto que em 2000, alojou-se 455.752.853 pintinhos o que demonstra um crescimento de 7%.

Abate - Até setembro de 1999 foram abatidos no Paraná 406.162.412 frangos, enquanto que no mesmo período de 2000 abateu-se 459.255.199 frangos, representando um crescimento de 13%.

Produção de carne - Até setembro de 1999 foram produzidos 715.381.804 quilos de carne de frango, enquanto que no mesmo período de 2000, foram produzidos 816.521.373 quilos representando um acréscimo de 14%.

Dentro do que se previa a produção de carne de frango no Paraná cresceria em 2000 cerca de 8 a 10%, no entanto, de acordo com o que aconteceu até setembro, tem-se uma previsão de que deverá fechar o ano com uma produção superior a 15%.

Isto deve ser motivo de preocupação, pois o consumo interno no Paraná sofreu alteração significativa, devendo alcançar no máximo 30 quilos per capita, o que geraria uma demanda de apenas 285,5 mil toneladas devendo o restante da produção ser distribuída para outros estados (506 mil toneladas), ficando a exportação com 300 a 310 mil toneladas.

Como o mercado interno paranaense, recebe carne de frango de outros mercados, como Santa Catarina e Rio Grande do Sul é preocupante comportamento do mercado pelo menos até o mês de março.

É necessário que a produção de carne de frango, se estabilize de agora em diante, afertando o mercado, que no momento é comprador e mantendo os estoques suficientes para abastecer a demanda nos meses de janeiro, fevereiro e março, quando historicamente, ocorre queda de consumo.

Temos como exemplo o que aconteceu neste ano, onde o mercado ficou abarrotado de carne de frango e os preços entraram em queda no 1º semestre, tendo retomado o crescimento no 2º semestre.

Os preços no varejo, estão variando de acordo com a rede de supermercado visando atrair seus clientes com oferta tentadoras.

Isto ajuda a aumentar o consumo, mas não o suficiente para que o setor continue aumentando seus alojamentos.