

## **Tempo de mudanças na área de genética avícola no Brasil**

*Alda do Amaral Rocha*

### *Hubbard volta para disputar mercado com Cobb e Aviagen*

O mercado brasileiro de genética avícola, que em 2009 sofreu os efeitos da crise mundial por causa da queda da demanda por carne de frango, vive um momento de mudanças. A Hubbard, controlada pelo grupo francês Grimaud, " retorna " ao Brasil com planos ambiciosos de crescimento nesse mercado, que tem hoje como principais fornecedores a Cobb-Vantress, controlada pela americana Tyson Foods, e a Aviagen, do grupo alemão Erich Wesjohann.

Comprada da Merial em 2005 pelo grupo Grimaud, a Hubbard chegou a ser líder, com 50% do mercado de matrizes de corte no país entre meados das décadas de 1980 e 1990. Mas uma enfermidade - a leucose, que reduz a produtividade das matrizes - afetou as linhagens da Hubbard no Brasil e nos EUA em 1996 e fez a empresa perder espaço no mercado. À época, a companhia era controlada pela americana Hubbard e a Granja Rezende era sua distribuidora exclusiva no Brasil.

A " nova " Hubbard trabalha agora para reconquistar parte desse espaço perdido. As operações no Brasil da empresa, já sob o controle do Grimaud, foram retomadas há quase três anos, com investimento numa unidade para produção de matrizes de corte em Luziânia (GO) e parceria com a paranaense Globoaves em granja em Catanduvas (SC).

Hoje, segundo Alberto Minoru Miyasaka, diretor-geral da Hubbard do Brasil, as aves comercializadas pela empresa são de linhagens não sensíveis à leucose. Após o episódio de 1996, explica ele, foi feito um trabalho para selecionar aves não suscetíveis à doença.

A fatia da Hubbard no Brasil após o retorno ainda é modesta, de 2%, mas o presidente Frédéric Grimaud estima que a empresa possa alcançar 30% do mercado brasileiro de matrizes de corte em cinco anos. " As empresas [de frango] precisam de alternativas e acreditamos que somos uma alternativa " , afirmou ele ao Valor durante visita ao Brasil no fim de março.

Hoje, esse mercado no Brasil é dominado pela Cobb, que é da Tyson - concorrente das empresas brasileiras de frango - e pela Aviagen. A primeira informa ter 70% do mercado nacional. Já a Aviagen afirma ter cerca de 30% das vendas do setor, estimadas em 44,5 milhões de matrizes de corte em 2009, segundo dados da Associação Brasileira dos Produtores de Pintos de Corte (Apinco).

Para crescer num ritmo acelerado nos próximos anos, Grimaud conta com o fato de que a escolha da genética é uma questão estratégica para as empresas. " Nos Estados Unidos, em cinco anos chegamos a 40% do mercado " , observou. Ele também aposta no crescimento orgânico e em novas parcerias.

Segundo o empresário, com os investimentos feitos desde o retorno ao Brasil - na casa dos US\$ 15 milhões - já é possível promover esse crescimento. " Não estamos utilizando capacidade total. Se usarmos a capacidade total e fizermos novas parcerias, não serão necessários grandes investimentos no futuro " , disse.

Grimaud lembrou que no mundo todo hoje " há menos clientes " por causa da concentração no segmento de frango. Há também menos players no setor de genética. Na década de 90 eram 15 empresas, hoje são três - Cobb, Aviagen e Hubbard - dominando um mercado que movimenta no mundo estimados US\$ 1,2 bilhão anualmente.

Na visão do CEO da Hubbard, o Brasil é importante na estratégia da companhia principalmente por sua demanda interna, mas também pode funcionar como fornecedor de genética avícola da empresa para outros países produtores de frango.

Enquanto a Hubbard busca recuperar espaço, Cobb e Aviagen seguem com planos de continuar crescendo. Líder no mercado brasileiro, a Cobb, que produz avós e matrizes, afirma querer quebrar o chamado "paradigma do ciclo de dez anos".

Esse é o período, segundo o diretor-presidente da Cobb no Brasil Jairo Arenazio, em que empresas do setor de genética avícola têm conseguido manter a liderança no mercado brasileiro. A Cobb está nesse posto desde 2004. A receita, afirma, é "não cometer os mesmos erros do passado", quando, segundo ele, empresas "não ouviram o mercado".

Para o executivo, o ajuste na produção de matrizes em 2009 - quando houve uma redução de 8,5% no alojamento - permitirá "uma produção adequada e ajustada às nossas necessidades internas e externas" este ano, por isso a perspectiva é positiva. Além disso, a economia brasileira está revitalizada, disse ele.

Arenazio não vê conflito no fato de a Tyson controlar a Cobb, que fornece matrizes para empresas brasileiras de frango. Ele explica que como a Tyson é líder em frango, toda a genética avícola desenvolvida pela Cobb é testada dentro da própria Tyson durante três anos antes de ser colocada no mercado.

Apesar de acreditar no crescimento de sua participação no mercado brasileiro, a Aviagen avalia que o segmento de matrizes não deve crescer no mesmo ritmo registrado nos últimos anos. "O que alavancava [o setor] era a exportação [de frango], mas com a queda, agora não há espaço para crescer como vinha crescendo no passado", afirma o diretor-geral da Aviagen do Brasil, Ivan Pupo Lauandos.

Produtora de avós e matrizes, a Aviagen exporta genética avícola para Índia, Europa e América do Sul, a partir do Brasil.

Inicialmente, a Hubbard só vai atuar em genética para frango de corte no Brasil, mas está nos planos da empresa trazer para cá também genética para poedeiras e suínos. Na França, o grupo Grimaud atua, por meio de quatro controladas, também em genética de pato, pombo, ganso e galinha-d'angola para corte, além de poedeiras e suínos.

Com faturamento de € 190 milhões em 2009, o grupo Grimaud atua ainda em biofármacos, por meio de três empresas. Além do Brasil, tem subsidiárias em países europeus, Estados Unidos e China.

Ainda que haja desafios, Frédéric Grimaud está otimista com o mercado de genética avícola, já que a expectativa é de que o frango - por ser a mais proteína mais barata - vá liderar o mercado mundial de carnes em três anos.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 19 abr. 2010, Empresas & Tecnologia, p. B12.**