

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO,
AGRICULTURA E SOCIEDADE

DINÂMICA E ESPAÇOS DE MERCADO NA CADEIA DE SUÍNOS – DA
PRODUÇÃO INDEPENDENTE AOS CONTRATOS DE INTEGRAÇÃO –
AS PEQUENAS INDÚSTRIAS FORMAIS E INFORMAIS COMO
ESTRATÉGIA DE INSERÇÃO NOS MERCADOS

GILMAR ANTÔNIO MENEGUETTI

Seropédica, Rio de Janeiro

Maio, 2000

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO,
AGRICULTURA E SOCIEDADE

DINÂMICA E ESPAÇOS DE MERCADO NA CADEIA DE SUÍNOS – DA
PRODUÇÃO INDEPENDENTE AOS CONTRATOS DE INTEGRAÇÃO –
AS PEQUENAS INDÚSTRIAS FORMAIS E INFORMAIS COMO
ESTRATÉGIA DE INSERÇÃO NOS MERCADOS

Gilmar Antônio Meneguetti

SOB ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR

Dr. John Wilkinson

Dissertação submetida como
requisito parcial para obtenção de
grau de Mestre em
Desenvolvimento, Agricultura e
Sociedade. Área de
Desenvolvimento e Agricultura.

Seropédica, Rio de Janeiro

Maiο, 2000

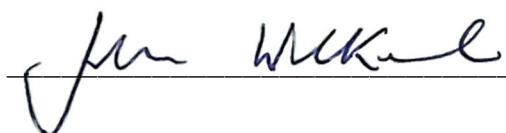
**DINÂMICA E ESPAÇOS DE MERCADO NA CADEIA DE SUÍNOS – DA
PRODUÇÃO INDEPENDENTE AOS CONTRATOS DE INTEGRAÇÃO –
AS PEQUENAS INDÚSTRIAS FORMAIS E INFORMAIS COMO
ESTRATÉGIA DE INSERÇÃO NOS MERCADOS.**

GILMAR ANTÔNIO MENEGUETTI

Aprovado em: 29/06/2000

BANCA EXAMINADORA:

John Wilkinson – Orientador

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'John Wilkinson', written over a horizontal line.

Francisco Roberto Caporal

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Francisco Roberto Caporal', written over a horizontal line.

Leonilde Sérvolo de Medeiros

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Leonilde Sérvolo de Medeiros', written over a horizontal line.

Dedico este trabalho à Joana (esposa), ao Marcus e à Bruna (filhos), pelo carinho, amizade e companheirismo.

Aos pais e familiares, que estiveram presentes em todas as jornadas da vida e me deram força. Ao meu pai (*in memoriam*), que iniciou esta caminhada comigo e não está mais aqui para compartilhar a alegria de concluí-la.

Agradecimentos

Agradeço ao orientador John Wilkinson, pelo incentivo e pela forma amigável como procedeu a orientação do trabalho. A forma humana e franca de relacionamento foi um aprendizado.

Ao CPDA como instituição, pela oportunidade de entender um pouco mais das diversas faces do mundo onde a agricultura está inserida, através de uma visão multidisciplinar. Aos professores pela dedicação e a todos os funcionários pelo apoio.

Gostaria de manifestar meu agradecimento especial aos colegas de turma e demais colegas do CPDA pela amizade e companheirismo.

À Instituição EMATER/RS pela oportunidade, ao pessoal de apoio e aos colegas de campo que se dispuseram, de boa vontade, a me ajudar, meu obrigado.

Agradeço aos agricultores, proprietários de estabelecimentos de distribuição e de pequenas agroindústrias, técnicos, funcionários dos diversos órgãos públicos, FAMURS e a todos os que contribuíram de alguma forma para a realização da dissertação.

Ao CNPq, pela bolsa de estudos concedida e que foi um instrumento auxiliar, de suma importância, para a realização do mestrado.

Ao Arlindo, Davi e Benedito e demais professores do curso de especialização em “Administração e Desenvolvimento Rural”, da UNIJUÍ, que despertaram o interesse para a realização do mestrado na área de desenvolvimento rural.

Estendo o meu agradecimento ao Moacir e à Miriam e, também, a todas as pessoas que não foram citadas e que, das mais diversas formas, contribuíram para a realização deste mestrado.

SUMÁRIO

Agradecimentos.....	v
Lista de Tabelas.....	ix
Resumo	xi
Abstract	xii
Introdução	1
 1 – MUDANÇA NOS PADRÕES AUMENTARES – PRODUÇÃO, CONSUMO E COMÉRCIO MUNDIAL DE CARNES – A RELAÇÃO PRODUÇÃO-CONSUMO NA CADEIA DE SUÍNOS, NO BRASIL E NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL	9
1.1. Introdução.....	9
1.2. Os padrões alimentares e o consumo de carnes no mundo.....	11
1.3. Produção, consumo e comércio mundial de carnes	17
1.4. Situação atual e tendências na cadeia de suínos em nível mundial	19
1.5. O complexo agroindustrial de carnes no Brasil.....	23
1.6. O novo arranjo do quadro agroindustrial de carnes no Brasil	28
1.7. O consumo de alimentos no Brasil.....	31
1.8. O consumo de carnes e derivados no Brasil.....	34
1.9. Produção e exportações brasileiras de carnes	40
1.10. A produção de suínos no Brasil – caracterização e distribuição espacial.....	45
1.11. A estrutura de abate de suínos no Brasil	51
1.12. O complexo agroindustrial de carnes no Rio Grande do Sul.....	54
1.13. O mundo da produção de suínos no Estado do Rio Grande do Sul.....	59
1.14. O consumo de carne suína no Rio Grande do Sul	64
 2 – ALGUNS ASPECTOS TEÓRICOS DA DISSERTAÇÃO	71
2.1. Introdução.....	71
2.2. O entendimento de agricultura familiar e cadeia de suínos	73
2.3 – As estruturas de mercado	75
2.3.1- A evolução da análise de oligopólio	79

2.3.1.1 – O modelo analítico tradicional	80
2.3.1.2 – A nova teoria dos oligopólios	82
2.3.1.3 – A flexibilidade da capacidade produtiva nas empresas oligopolizadas.....	86
2.3.2 – Os tipos de oligopólios.....	89
2.4 - Os mercados e empresas que se desenvolvem à margem das estruturas oligopolizadas.....	97
2.4.1 – A aceitação da idéia de que elementos sociais contribuem para a criação dos mercados.....	99
2.4.2 – As instituições econômicas como construções sociais	101
2.4.3 – Os mercados como criações sociais	108
2.4.4 – As redes sociais.....	113
2.4.5 – Alguns aspectos da informalidade.....	118
 3 – A PRODUÇÃO DE SUÍNOS: DA FORMA INDEPENDENTE AOS CONTRATOS – MUDANÇAS E TENDÊNCIAS NA CADEIA.....	 125
3.1 – A reestruturação agroindustrial e a cadeia de suínos	126
3.2 – As mudanças nas formas de produção	128
3.3 – As integrações	132
3.3.1 – Evolução das integrações	136
3.3.2 – As cooperativas e a industrialização de produtos suínos	142
3.3.3 – As subintegrações.....	148
3.3.4 – A tendência da produção suinícola	152
3.4 – A produção não integrada de suínos	156
3.4.1 – Caracterização da produção não integrada	158
3.4.2 – A comercialização da produção não integrada no Rio Grande do Sul	162
3.4.3 – Os condomínios como alternativa de sobrevivência da produção não integrada de suínos	166
3.4.3.1 – As mudanças de postura da pesquisa e extensão rural ao longo das décadas de 70 e 80	167
3.4.3.2 – Os condomínios de suínos.....	173

4 – AS PEQUENAS INDÚSTRIAS E OS MERCADOS	181
4.1 – Introdução	181
4.2 – A definição de grande, média e pequena estrutura de abate e processamento	186
4.3 – As pequenas indústrias formais	188
4.3.1 – Caracterização da indústria.....	190
4.3.2 – A produção de suínos para a pequena agroindústria	194
4.3.3 – O processo de industrialização	197
4.3.4 – A comercialização dos produtos.....	202
4.3.5 – A distribuição e o consumo de carne suína e derivados.....	207
4.3.6 – Os consumidores	215
4.4 – O processamento informal como alternativa de renda	221
4.4.1 – Alguns aspectos da informalidade.....	223
4.4.2 – A dimensão da agroindustrialização informal	226
4.4.3 – Caracterização do agricultor e da agroindústria informal.....	230
4.4.4 – Comercialização da produção	235
4.4.5 – A legislação brasileira de abates	240
4.4.5.1 – Aspectos históricos	240
4.4.5.2 – Considerações sobre a legislação de inspeção sanitária e industrial	245
Conclusões	253
Referências Bibliográficas	264
Anexos.....	272

LISTA DE TABELAS

TABELA	DESCRIÇÃO	PÁGINA
01	Dados de consumo <i>per capita</i> de alguns países (kg/hab./ano). Equivalente carcaça com osso.....	15
02	Produção, exportação e consumo mundial de carnes de aves, bovina e suína (anos de 1994 e 1998).....	18
03	Consumo <i>per capita</i> de carne de frango, bovina e suína no Brasil	36
04	Produção total e exportações de carne suína, bovina e de frango no Brasil	42
05	Participação brasileira na produção, exportações e consumo mundial de carne de aves, bovinos e suínos nos anos de 1994 e 1998 (em percentual).....	45
06	Rebanho suíno no Brasil, abate e desfrute, por região e total do país	48
07	Plantei de suínos, abates e desfrute nos Estados da região Sul (anos escolhidos)....	50
08	Abate de suínos no Brasil em 1998	53
09	Consumo de carnes e derivados de suínos, bovinos, aves e peixes, ano de 1996, nas principais regiões metropolitanas do Brasil.....	65
10	Produção média mensal dos últimos 12 meses, em kg, e % de cada item no total da produção.	200
11	Destino da produção das indústrias para os diversos agentes, em kg, e % de cada agente no processo de comercialização dos produtos.....	204
12	Principais produtos suínos comercializados pelos estabelecimentos distribuidores, média mensal em kg.....	209
13	Origem dos produtos suínos vendidos nos diferentes estabelecimentos, média mensal, em percentual.....	211
14	Comercialização informal de produtos suínos, em kg, no município onde foi realizado o estudo de caso sobre informalidade.....	229
15	Origem da renda das propriedades que abatem suínos para a comercialização, em percentual	231

16	Produção e comercialização de produtos suínos das indústrias artesanais informais, kg/mês, produção média	234
17	Comparação de preços no varejo e ao consumidor, de acordo com a origem do produto, R\$/kg	238

Resumo

Dentro da nova dinâmica dos sistemas agroalimentares, os espaços de inserção da produção familiar, em torno das grandes cadeias de integração, estão cada vez mais restritos. A restrição nos espaços de inserção e a ameaça de exclusão do processo produtivo levam os atores envolvidos a buscar formas de sobrevivência, alternativas econômicas, fora das grandes integrações. Estes atores passam a ocupar espaços de mercado à margem das grandes empresas, inserindo-se em nichos de mercados ou disputando espaço com elas, na produção de matéria-prima ou no processamento e comercialização de algumas linhas de produtos industrializados.

Este trabalho mostra a dinâmica, as transformações na cadeia de suínos e os espaços de inserção da produção familiar, como produtores de matéria-prima em torno das grandes integrações e como produtores de suínos, de forma não integrada, para pequenas e médias agroindústrias.

Analisa o processo de industrialização de suínos, através de pequenas empresas formais, como alternativa de sobrevivência, buscando identificar elementos sociais e fatores que permitem a estas empresas disputar mercado com as grandes indústrias oligopolizadas.

E por último, analisa a informalidade enquanto alternativa de sobrevivência da produção familiar ao processo de exclusão e a especificidade deste tipo de mercado, criado e sustentado através das redes de relações sociais e dos vínculos existentes entre os atores envolvidos.

Abstract

Within the new Agrofood systems dynamics, the insertion spaces of family farm around the great integration chains are more and more restricted. The insertion spaces restriction and the production process exclusion threat lead the involved actors to search surviving ways, economical alternatives, outside the great integration sectors. These actors tend to occupy market spaces aside the big enterprises, setting in at market niches or competing with these companies for spaces within the raw material production or within the trade and processing of some industrialized products ranges.

This work shows the changes, the dynamical process at the swinish chain and the insertion spaces of family farm, as raw material producers around the great integration sectors and as swinish producers, on a non-integrated way, for small and middle-sized agroindustries.

It also analyzes the swinish industrialization process, through small formal companies, as survival alternative, and it searches for an identification of the social elements and factors that allow these companies to dispute market spaces with the great oligopolysed industries.

And, at last, it analyzes the informality as a survival alternative of family farm to the exclusion process and the particularity of this kind of market, created and sustained by social relationships networks and by the existing ties between the involved actors.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento rural brasileiro, a partir dos anos 60, passou por profundas mudanças, que afetaram os agricultores, as formas de produção e as relações entre o meio rural e o setor urbano. Ocorreram grandes mudanças na base técnica da agricultura, “com consolidação integrada do denominado complexo agroindustrial – CAI” (Delgado, 1985: 19). Esta mudança tornou a agricultura menos dependente do recurso natural “terra” e da força de trabalho rural, e simultaneamente mais articulada, à montante, com a indústria produtora de insuetos (adubos, rações, corretivos) e bens de capital (máquinas em geral) para a agricultura e, à jusante, com a indústria processadora de produtos naturais. A estruturação destes complexos e das relações de produção-consumo, no processo de modernização, se deu sobre uma base genética nova, tanto na produção agrícola quanto na pecuária.

Como consequência das mudanças da base técnica temos a perda da “autonomia” das unidades agrícolas de produção e a crescente subordinação da agricultura ao complexo agroindustrial. De outro lado, o aumento da produtividade do trabalho reduziu a necessidade de mão-de-obra no campo e acelerou o processo de urbanização e o êxodo rural. Este aumento no processo de urbanização, acompanhado do crescimento do

emprego urbano, provocou um aumento na demanda por produtos agrícolas, tanto a nível interno do país, quanto externo. O resultado desta demanda, foi a “acentuação do processo de mercantilização das relações econômicas do setor rural” (Delgado, 1985 : 21).

O processo de urbanização modificou hábitos alimentares e trouxe novas exigências em termos de consumo, que pode ser constatado quando observamos, por exemplo, que um grupo de consumidores de renda mais elevada passam a consumir produtos light e de baixo teor de gordura. Isso provocou mudanças nas cadeias e a necessidade de uma readequação em todo o processo de produção, desde a produção da matéria-prima até o processamento final. As estratégias de atuação das agroindústrias mudaram, visando a regularidade no abastecimento de produtos processados, o atendimento das exigências dos consumidores e a redução dos riscos da concorrência. Entre as novas estratégias de produção estão a contratualização da produção que visa a produção de matéria-prima exigida pelos consumidores, a redução dos custos finais dos produtos e a produção em escala. A agricultura passa de um sistema “independente” de produção para um sistema integrado, cujas características de produção são ditadas pela agroindústria, que por sua vez, também age sob a pressão da distribuição, uma vez que esta capta os anseios dos consumidores.

É importante salientar que a distribuição, a partir dos anos 80, passou a ter um papel cada vez mais importante nas mudanças dos sistemas agroalimentares. “A estrutura de demanda exerce ao mesmo tempo uma influência profunda e dinâmica sobre a evolução do sistema alimentar. ... o atual sistema alimentar surgiu como expressão de uma mudança na demanda provocada pelo ritmo e caráter das migrações cidade-campo” (Wilkinson, 1989 : 22). Em relação ao papel da estrutura de demanda, Rocha dos Santos (1993), afirma que os supermercados deixaram de, apenas, comercializar produtos e passaram a

desempenhar uma outra função, que seria a de fazer a ligação entre os consumidores e a indústria. Eles captam a “vontade” de um consumidor, cada vez mais exigente em termos de qualidade e que, “redefine os alimentos em sua função e conteúdo, oscilando em torno de conceitos de prazer e saúde” (Wilkinson, 1989 : 22).

As estratégias de atuação das empresas no mercado, decorrentes da nova dinâmica dos sistemas alimentares privilegiam a adoção de modernas técnicas de produção que se viabilizam através da produção em escala, necessitando para tanto, investimentos elevados por parte dos agricultores, o que seleciona e limita os espaços de inserção de agricultores via integração das atividades aos complexos agroindustriais.

Esta ameaça de exclusão do processo de produção e de sobrevivência no meio rural, provoca uma reação dos agentes envolvidos, principalmente os pequenos produtores familiares que buscam se adaptar ao novo contexto para permanecer nas atividades ou adotando novas formas de sobrevivência. A limitação dos espaços de inserção nas grandes cadeias dominadas por empresas oligopolizadas, pode determinar a exclusão de agricultores ao longo do tempo. A exclusão, porém, não é um ato simples, automático, como parte de uma trajetória linear, mas um processo onde, para um grande número de produtores, há uma tentativa de readequação ao novo contexto. Neste sentido, a análise das oportunidades de inserção ou de exclusão em determinadas cadeias ou mercados, tem que ser realizada num contexto de dinâmica e não dentro de uma visão estática.

No quadro da redução das oportunidades de inserção de pequenos produtores em torno das agroindústrias integradoras nas grandes cadeias, os mercados locais e de nichos, longe das integrações, se apresentam como alternativa de sobrevivência para os pequenos agentes e pequenos agricultores familiares. O sucesso destas alternativas depende de instrumentos de apoio, como as políticas públicas e, também, das redes de relações que se

estabelecem entre os agentes e sobre as quais estão assentados estes mercados. É importante salientar que, como veremos no terceiro capítulo, embora haja uma tendência, de longo prazo, de redução das oportunidades nas cadeias de integração, esta não é um processo linear.

O objetivo geral da dissertação, através de um recorte que enfoca a cadeia de suínos, é analisar a dinâmica e os espaços de inserção de pequenos agentes nos mercados, seja como produtores familiares de matérias-primas ou como processadores, através de pequenas indústrias artesanais formais e informais.

Entre os objetivos específicos estão a contextualização da cadeia de suínos tanto em nível mundial, quanto em nível nacional, relacionando-a com as demais cadeias de carnes, identificando fatores restritivos e estimuladores de consumo de carnes. Mostraremos a evolução da indústria de carnes no Brasil, principalmente a de carne suína analisando a ocupação de espaços pelos diversos segmentos, e caracterizando a produção por região. A dissertação se propõe a analisar a dinâmica da produção integrada de suínos (cooperativas ou empresas privadas) e a produção não integrada, estabelecendo algumas ordens de grandeza em relação à produção, analisando a relação e as interdependências existentes entre os agentes envolvidos no processo e o potencial de inserção na cadeia. Outro objetivo é o de caracterizar a pequena indústria formal, analisar a formação dos mercados dos produtos destas empresas, as relações que se estabelecem entre atores na cadeia, identificando o tipo de comercialização que se relaciona com elas e a potencialidade da atividade. Como último objetivo, a dissertação pretende provocar uma discussão sobre a informalidade, enquanto alternativa de sobrevivência para agricultores excluídos das integrações e enquanto meio de vida e mercado criado e sustentado com base em relações sociais. Para isso se utilizará um estudo de caso.

A dissertação é composta de quatro capítulos. O primeiro capítulo procura contextualizar a cadeia de suínos no setor de carnes em nível mundial, no Brasil e no estado do Rio Grande do Sul. Esta contextualização objetiva identificar fatores que reforçam ou desestimulam o consumo de carne suína e derivados e que se refletem nos espaços de inserção de pequenos agentes na cadeia. Enfoca alguns fatores que contribuem para a mudança nos hábitos alimentares de um modo geral, como a renda, as mudanças sócio-econômicas e os conceitos de alimento como sinônimo de saúde, com a conseqüente migração do consumo de carnes vermelhas para carnes brancas, além de fazer menção aos aspectos culturais na questão do consumo. Ele procura mostrar dados de produção, consumo e comércio internacional de carnes (bovina, aves e suínos), destacando a carne suína e os reflexos da dinâmica do mercado para os espaços de produção e contextualizando a participação brasileira neste mercado. Ele procura mostrar, de forma sintética, um pouco da evolução da indústria de carnes no Brasil e no Rio Grande do Sul, enfatizando a cadeia de suínos. Dentro do objetivo de apresentar um panorama geral do setor de carnes, com destaque para o setor de carne suína, a última parte do capítulo mostra a produção de suínos no Brasil, destacando as características de produção e tendências de cada região. O texto termina com a abordagem de alguns aspectos sócio-econômicos da produção suinícola no Estado do Rio Grande do Sul e de consumo de carne suína e derivados no Estado. Este capítulo foi desenvolvido com base em dados e informações de diversas fontes.

O segundo capítulo evidencia elementos que servem de sustentação às exposições ao longo da tese. Partimos da visão de que existem espaços de mercado e linhas de produtos que são dominados por um grupo de grandes empresas oligopolizadas. Os espaços de mercado *não ocupados* pelas grandes empresas são decorrentes de estratégias

das mesmas, portanto, é um ato voluntário, que permite a entrada de empresas marginais, de custos mais elevados em função de menor escala de produção e, portanto, funcionam como agentes de pressão de preços para cima. Ainda, neste contexto, a tecnologia de produção e o ritmo das inovações, ao longo de toda a cadeia, são ditados pelas grandes empresas. Para esta situação, utilizamos a teoria dos oligopólios como base de sustentação teórica. Entretanto, existem espaços de mercado não ocupados pelas empresas oligopolizadas, por impossibilidade de fazê-lo. Estes espaços são ocupados por pequenos produtores de suínos independentes, pequenas indústrias formais e informais. É um espaço significativo, variável dentro das diversas atividades e que procuraremos dimensionar na cadeia de suínos, no terceiro e quarto capítulos. Estes mercados são construídos com base nas redes de relações sociais que se estabelecem entre os produtores, pequenos processadores formais e, principalmente, informais e os consumidores. A partir deste enfoque, recorreremos à segunda linha que é a teoria de redes sociais. Este capítulo teve como base a revisão bibliográfica.

O terceiro capítulo aborda a evolução da contratualização na produção de suínos e procura quantificar o espaço ocupado pela produção integrada, em torno de empresas privadas e cooperativas de produção, no Estado do Rio Grande do Sul. Faz uma referência à subintegração, que é *uma* forma de produção resultante da flexibilização da integração, com a finalidade de garantir o abastecimento das grandes empresas integradoras e uma forma de viabilização de alguns casos de produção não integrada. Este capítulo analisa, também, a produção não integrada no Rio Grande do Sul, suas características, espaço ocupado por ela, mostra os principais agentes envolvidos e as perspectivas para os atores dentro desta forma de produção. E, por último, faz uma breve análise do “Programa de condomínios Rurais” como alternativa para a melhoria da produção da suinocultura não

integrada e como tentativa de manter a autonomia da produção em relação à integração. Neste capítulo interessa-nos, particularmente, o espaço de produção não integrado. As informações contidas no texto são resultado de revisão bibliográfica, de levantamento de dados secundários em diversas fontes e, principalmente, da aplicação do *questionário 1* (ver em anexo) para agricultores, assim como de entrevistas e contatos realizados com os mesmos e com agentes de comercialização.

No quarto e último capítulo, analisamos as pequenas agroindústrias e os mercados. É uma tentativa de caracterização das pequenas empresas formais e informais que atuam no abate e processamento de suínos e do processo de industrialização. Busca quantificar e mostrar os produtos resultantes do processamento de suínos. O texto aborda o processo de construção dos mercados das pequenas empresas formais, os agentes envolvidos, tipo de canal de distribuição utilizado, características destes agentes e relações que se estabelecem entre si. Analisa, também, o consumidor, a partir de informações fornecidas pelos distribuidores. Na última parte deste capítulo faz-se uma análise do processamento informal de suínos enquanto alternativa de renda para a produção familiar, com base em estudo de caso. Procura mostrar, com dados de pesquisa de campo comparadas a dados do Censo agropecuário 1995-1996, que a informalidade vai além do que as estatísticas oficiais apontam e, pela sua importância sócio-econômica, merece mais atenção por parte da pesquisa e dos formuladores de políticas públicas. Este é um espaço da agricultura familiar e que, no nosso entendimento, deve ser mantido, não necessariamente como é hoje. Para a elaboração deste capítulo, foram utilizadas revisões bibliográficas, dados do Censo agropecuário, entrevistas, contatos informais e, sobretudo, as informações deste texto foram obtidas através da aplicação de questionários. Foi aplicado o *questionário 2*, para pequenas agroindústrias formais, o *questionário 3* para distribuidores

(supermercados, pequenos mercados e açougues) e o *questionário 4* para pequenas agroindústrias artesanais informais. A forma como foram aplicados os questionários será descrita por ocasião do uso dos dados dos mesmos, nos respectivos itens.

Em relação à metodologia de elaboração da dissertação, como mostramos, utilizamos dados secundários disponíveis em diversas fontes, fizemos *revisões bibliográficas*, realizamos entrevistas com diversos agentes, aplicamos questionários para produtores de suínos, pequenas indústrias formais, distribuidores, pequenas agroindústrias artesanais informais e tivemos *contatos informais* com agentes de comercialização, técnicos e autoridades ligadas à área rural.

1. MUDANÇA NOS PADRÕES ALIMENTARES – PRODUÇÃO, CONSUMO E COMÉRCIO MUNDIAL DE CARNES – A RELAÇÃO PRODUÇÃO-CONSUMO NA CADEIA DE SUÍNOS, NO BRASIL E NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

1.1 – Introdução

No primeiro capítulo da tese apresentamos, de forma sintética, um panorama geral do setor de carnes, contextualizando a cadeia de suínos em nível mundial, de Brasil e no Estado do Rio Grande do Sul.

Inicialmente abordaremos a questão da mudança dos hábitos alimentares e dos padrões de consumo em nível mundial, transportando-a para o caso específico do consumo de carnes, evidenciando elementos que estimulam a migração do consumo de carnes vermelhas para carnes brancas. Este deslocamento de consumo de uma espécie de carne para outra, é importante para a análise da cadeia de suínos, uma vez que, do consumo depende a ampliação dos espaços de mercado e a possibilidade de inserção de agentes na cadeia.

Dentro do contexto mundial procuraremos abordar a questão da produção, do consumo e do mercado de carnes, tentando captar um pouco da dinâmica do setor, especialmente o da carne suína.

Na seqüência, analisaremos a evolução do complexo agroindustrial de carnes no Brasil e no Rio Grande do Sul, enfocando, de forma rápida, a evolução e as tendências da estrutura agroindustrial, destacando a estrutura ligada ao abate e processamento de suínos.

Além dos aspectos já mencionados, o primeiro capítulo aborda, de forma rápida, alguns fatores que influenciam o consumo alimentar no Brasil, como as políticas macroeconômicas, a redefinição dos padrões de trabalho, o processo de urbanização, entre outros. Faz uma abordagem da evolução do consumo dos três principais tipos de carne produzidas e consumidos no Brasil. Em seguida, procura-se situar a produção e as exportações brasileiras de carnes, inserindo-as no contexto internacional.

A produção de suínos no Brasil é enfocada considerando as diferentes regiões geográficas, os sistemas de produção, distribuição espacial e tendências da produção em cada região, a partir de fatores que reforçam ou desestimulam a produção.

Enfocando especificamente o Estado do Rio Grande do Sul, analisamos o complexo agroindustrial do Estado, as indústrias, sua evolução e perspectivas, na ótica da capacidade de inserção de novos agentes nos mercados, seja como produtores de matéria-prima ou como processadores. Ainda, será analisado o contexto da produção de suínos no Estado, bem como o consumo de carne suína.

Este primeiro capítulo pretende situar o leitor no contexto, dando alguns elementos, que facilitem o entendimento da dinâmica e os espaços de inserção de agentes na cadeia de suínos.

1.2 – Os padrões alimentares e o consumo de carnes no inundo.

Entre as principais preocupações da Europa no pós-guerra e que nortearam as políticas agrícolas e sociais dos países, estava a segurança alimentar. O motivo da preocupação com o abastecimento alimentar devia-se às experiências negativas sobre a disponibilidade de alimento durante os grandes conflitos mundiais. Os avanços tecnológicos do pós-guerra, em diversas áreas (química, genética, nutrição animal), que permitiram o aumento da produtividade agrícola e pecuária (suínos, bovinos e aves de um modo especial), tanto na Europa como nos EUA, disponibilizaram uma quantidade suficiente de alimentos à população e impulsionaram o consumo de proteína animal.

O sistema alimentar do pós-guerra, principalmente na Europa, foi preparado para atender o intenso processo de urbanização. A produção intensiva na agropecuária teria a função de produzir alimentos a baixo custo, e para isso, Europa e EUA, lançaram mão de instrumentos como políticas de sustentação de preços para os agricultores. Ao mesmo tempo, políticas macroeconômicas com preocupação social permitiram à Europa ter uma distribuição de renda satisfatória. Isso fez com que, satisfeitas as necessidades básicas de alimentos, de forma quase homogênea, se passasse de um padrão de alimentação energético para a um padrão protéico e, posteriormente, para um padrão vitamínico¹.

Ao satisfazer as necessidades básicas de consumo alimentar, surge uma nova preocupação em termos sociais, ou seja, o consumidor começa a fazer uma associação

¹ Wilkinson citado em Müller, L.A. et Meneguetti”, G.A, 1998, coloca os padrões de consumo alimentar como sendo: o *padrão energético*, próprio de sociedades em processo de urbanização. o padrão *protéico*. onde ocorre o aumento no consumo de proteína na dieta das pessoas e o terceiro padrão seria o *vitamínico*. Neste último, .satisfeitas as necessidades de energia e proteína, as pessoas tendem a consumir mais frutas, sucos e similares. reduzindo o consumo de certos alimentos energéticos e de determinados tipos de proteína animal. Evidentemente, a mudança no padrão de consumo tem relação com o poder aquisitivo das pessoas, principalmente na passagem do primeiro para o segundo.

entre consumo de alimentos, nutrição, saúde e bem estar. Esta nova concepção passa a se tornar um valor na sociedade. Esse “valor” passa a fazer parte da vida do Europeu e do Americano, chegando posteriormente, às populações de renda mais alta dos países em desenvolvimento, atingindo por último, as demais camadas da população. Esta concepção de alimento-saúde, fez com que houvesse *uma* estabilização ou até mesmo uma redução no consumo de proteína animal na Europa e provocou uma migração do consumo de carne vermelha para carnes brancas. A expansão de consumo de alimentos básicos, de um modo geral na Europa, alcançou, nos últimos anos, índices próximos a “zero”.

Não só a questão saúde, induz à mudança nos hábitos alimentares. Transformações sócio-econômicas induziram mudanças nos locais de alimentação e na procura por alimentos de fácil preparo. As mudanças nos locais e ambiente de trabalho estimularam o aparecimento de novos equipamentos, como forno de microondas, e novas tecnologias de preparo, processamento e apresentação de alimentos, bem como, estimularam o surgimento de segmentos econômicos especializadas em alimentos de rápido preparo. Evidentemente, aspectos culturais são importantes como fatores mantenedores ou de mudanças nos padrões de consumo de alimentos.

As mudanças sócio-econômicas provocam um encadeamento que gera novas tecnologias, nova formas de produção e provocam uma adequação da indústria alimentícia ao novo contexto, para atender aos novos padrões alimentares. Isso implica readequação nas cadeias, inclusive na etapa de produção de matéria-prima e, como consequência, nos espaços de inserção de agentes ao longo de toda cadeia. No entanto, a dinâmica nos sistemas alimentares, não é dada somente por influência de fatores externos. Eles têm também sua própria dinâmica. As ações no sentido de disponibilizar *uma* grande quantidade de novos produtos, alguns direcionados para camadas específicas da

população, para consumidores de renda mais alta por exemplo, que acabam criando hábitos alimentares e se consolidando, com o tempo, em padrões alimentares, partem, também, da própria indústria e dos agentes distribuidores. Estes últimos, passaram a ter um papel fundamental nas últimas duas décadas, unia vez que, como afirma Rocha dos Santos (1993), os supermercados deixaram de, apenas, comercializar produtos e passaram a desempenhar uma outra função, que seria a de fazer a ligação entre os consumidores e a indústria. Fazendo referência a COTTET e PACHÉ, Rocha dos Santos diz que a proximidade dos supermercados com os consumidores permite uma sintonia constante com o seu comportamento, caracterizado, cada vez mais, por uma instabilidade e volubilidade².

Para uma camada de consumidores que freqüentam grandes mercados, normalmente de estrato de renda mais elevado, o supermercado não é apenas um local de compra de alimento a baixo custo, dentro de *uma* visão de consumo de massa. O consumidor a que estamos nos referindo, é um consumidor individualista, que quer produtos frescos, “naturais”, que valoriza a alimentação como sinônimo de saúde. E dentro desta nova concepção de consumo, aspectos como rapidez de preparo de alimentos, longa conservação e adaptabilidade a diversos usos, facilidade de acesso e diferenciação, são valorizados. Esta “nova” concepção de consumo e consumidor é incorporada nas cadeias alimentares.

² Sobre o papel da distribuição ler GREEN. R. IL **La distribución alimentaria en Europa**. INRA – Paris. maio de 1993 – Apresentado no Workshop: Reestruturação da Indústria Alimentar. Campinas. 22 e 23 de junho de 1993. Mimeo 27 p.

Ver também. sobre o mesmo assunto. SANTOS. R. Rocha dos. **A grande distribuição e a indústria de alimentos no Brasil, algumas tendências**. In: Workshop: Reestruturação da Indústria Alimentar. Campinas. 22 e 23 de junho de 1993. Mimeo. 20 p.

Este novo consumidor provocou mudanças nas relações entre supermercados e indústrias. A primeira é que os supermercados como agentes mais próximos dos consumidores, ganham força junto à indústria, no sentido de que eles captam os “anseios” dos consumidores e repassam às indústrias as tendências de consumo, desencadeando *uma* série de adaptações na cadeia, para trás, bem como, dentro de uma rede de relações, inclusive fora do âmbito estrito da cadeia. Gostaríamos de salientar que o consumidor modifica hábitos e procedimentos, porém, nem toda mudança é resultado da vontade do consumidor. Estratégias agroindustriais contribuem para alavancar consumo, abrindo espaços de mercado, captando tendências, preferências, gostos, identificados através de pesquisa.

É possível afirmar que os hábitos alimentares e os padrões de consumo são condicionados por fatores sócio-econômicos, pela dinâmica interna das cadeias e da distribuição e também por questões culturais. Um exemplo de interferência de fatores culturais no consumo pode ser visto quando comparamos o consumo de carne suína, em populações de origem européia no Brasil, com outras etnias. Na população descendente de europeus se consome muito mais carne suína.

Quando analisamos o consumo de carnes em nível mundial, podemos identificar alguns fatores que influenciam o consumo. A Tabela 1, mostra o consumo de carnes bovina, suína e de aves em alguns países do mundo, nos anos de 1995 e 1996. Quando consideramos consumo *per capita*, observamos que os maiores consumidores são os EUA, Canadá e os países de Comunidade Econômica Européia.

Tabela 1 – Dados de consumo *per capita* de alguns países (kg/hab./ano). Equivalente carcaça com osso.

Países	Bovina		Suína		Avícola		Total	
	1995	1996	1995	1996	1995	1996	1995	1996
Canadá	34,2	35	34,6	33,4	31,7	31,7	100,5	100,1
EUA	44,7	45,3	30,9	31,3	46,1	48,5	121,7	125,1
México	20,3	19	10,7	9,9	13,6	14,4	44,6	43,3
Brasil	30	29,8	8,2	8,6	21,4	24,7	59,6	63,1
Argentina	61,7	60,5	2	2,5	21,9	21,9	85,6	84,9
França	26,6	26,6	36,1	36	22,7	22,6	85,4	85,2
Alemanha	16,6	16,6	46,4	45,6	13,2	13,2	76,2	75,4
Itália	25,7	25,7	32,8	32,8	18,8	18,3	77,3	76,8
Espanha	13,2	13,2	52,4	52,2	24,5	24,6	90,1	90
Fed. Russa	21,2	19,5	14,7	13,7	11,8	11,6	47,7	44,8
China	3,6	4	30,1	31,3	6,3	7,1	40	42,4
Japão	12	12,1	16,9	16,8	14,4	14,4	43,3	43,3
Austrália	36	37,7	18,1	18,2	253	26,7	79,8	82,6

Fonte: USDA – Revista Agroanalysis, vol. 18, nº 5, maio de 1998. Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Numa análise mais detalhada se pode fazer *uma* associação entre o desenvolvimento sócio-econômico dos países e o consumo de proteína animal. De um modo geral se pode afirmar que países com situação econômica e social mais elevada são os maiores consumidores de carnes. Se de um lado, a situação econômica se reflete no consumo de carnes, por outro, aspectos culturais e de tradições, fazem com que alguns países consumam maior ou menor quantidade de carne de *uma* determinada espécie. Os países da Europa, de um modo geral, consomem muita carne suína. Isso demonstra, por exemplo, que o processo histórico de urbanização e industrialização não afetou de modo profundo o hábito de consumo de carne suína. Países Latino Americanos como Brasil, México, Uruguai e Argentina consomem muita carne bovina, quando comparada a outros tipos. A carne bovina, por muito tempo, foi a principal fonte protéica da população urbana

destes países e também um dos principais produtos de exportação, sob a batuta de frigoríficos europeus e americanos, entre eles o Swift, Armour, Anglo e Wilson . A produção bovina sempre esteve ligada às grandes propriedades. A carne de frango, ao longo do tempo, foi ocupando espaço sobre o consumo das demais carnes, especialmente a bovina. Dois fatores podem ser apontados como os responsáveis pelo aumento do consumo de carne de aves. O primeiro foi a concepção de alimento como sinônimo de saúde, o qual induziu ao consumo de carnes brancas e o outro foi a produtividade da atividade que permitiu produzir uma grande quantidade de carnes em um pequeno espaço e a um custo inferior ao das demais.

Os maiores consumidores *per capita* de carnes, de acordo com a Tabela, são os países desenvolvidos. Os países em desenvolvimento são marcados por diferenças de renda acentuada. Algumas camadas da população ostentam níveis de renda e consumo semelhantes ao da população dos países industrializados, enquanto outro estrato significativo não satisfaz as necessidades mínimas de proteína animal. Isso leva a pensar que uma melhoria na distribuição da renda destes países, pode elevar o consumo *per capita* de proteína animal.

Políticas, em nível mundial, de combate à fome e de segurança alimentar, que passem a suprir parte das necessidades de proteína animal, incorporando ao consumo, parte de uma massa de excluídos dispersos pelos países do terceiro mundo e África, poderiam contribuir para aumentar a demanda por proteína animal e dinamizar o consumo mundial.

1.3 – Produção, Consumo e Comércio de Carnes no mundo

A produção mundial de carnes, nos últimos 4 anos, teve um crescimento significativo. Cresceu, em média, 3,87 % ao ano, de 1994 a 1998. O ritmo de crescimento da produção, consumo e exportações no mesmo período foi desigual para os diferentes tipos de carnes.

A Tabela 2 mostra a produção mundial de carnes de aves, bovinos e suínos, tomando o ano de 1994 e 1998 como base. É possível observar que entre os anos de 1994 e 1998, houve um incremento na produção mundial de carnes da ordem de 15,48%, enquanto as exportações cresceram 19,9%, passaram de 6,76% para 7,02% do total de carnes produzidas.

Estes dados mostram que, se de um lado nestes últimos anos o mercado cresceu, por outro, as exportações de carnes ainda representam muito pouco em relação ao total produzido. Ao mesmo tempo, as disputas pelos mercados ficaram mais acirradas. A carne mais produzida em 1998 foi a suína (44,69%), seguida da de aves (28,74%) e bovina (26,55%).

Tomando os dados de produção e consumo de 1998, observamos que a China, União Européia e Estados Unidos, juntos, produziram e consumiram, aproximadamente, 69% do total de carnes.

Em relação às exportações de carnes, a Tabela 2 mostra a evolução no período. O maior crescimento em termos de exportações se deu com a carne de aves, que de 1994 a 1998 passou de 33,29% do total para 42,04%. A carne bovina passou de 46,75% para 38,38%, havendo um decréscimo no total exportado. A carne de suínos passou de 19,95% para 19.56%. no mesmo período. O grande incremento ocorreu no setor de aves.

Tabela 2 – Produção, exportação e consumo mundial de carnes de aves, bovina e suína (anos de 1994 e 1998).

Produção, Export. Consumo	Aves		Bovina		Suína		Total de Carnes	
	1994	1998	1994	1998	1994	1998	1994	1998
Produção mundial (%) do total carnes	43,794 27,05%	53,737 28,74%	47,283 29,20%	49,660 26,55%	70,822 43,74%	83,577 44,69%	161,899 100	186,974 115,4%,
Consumo mundial	42,734	51,803	45,766	47,811	70,545	82,421	159,045	182,035
Exportações	3,648	5,526	5,122	5,045	2,186	2,571	10,956	13,142
(%) exportado em relação ao total produzido no mundo							6,76%	7,02%
(%) sobre total de carnes export.	33,29%	42,04%	46,75%	38,38%	19,95%	19,56%		
(%) sobre produção total da espécie.	8,32%	10,28%	10,83%	10,15%	3,08%	3,07%		

Fonte: USDA – Revista Agroanalysis – FGV, vol. 19, nº 2, 15/02/1999.

A produção, consumo e exportações são dados em mil toneladas/equiv./carcaça.

Quando analisamos o consumo de carnes em nível mundial, no período, constatamos que o consumo de carne de frango cresceu 21%, o de carne bovina cresceu 4,5% e o consumo de carne suína teve um acréscimo de 17%, aproximadamente. Embora a carne suína seja a mais consumida, as exportações, em percentual, quando comparamos com o total produzido, representam pouco. É um produto de consumo interno dos países.

De um modo geral, se pode afirmar que, a produção de carne de aves vem crescendo num ritmo mais acelerado que o das demais espécies, o comércio de carne e produtos derivados de aves é muito mais dinâmico que o das demais e o crescimento do consumo, como consequência, também supera o das demais espécies, como pode ser visto na Tabela.

Este tipo de carne avança sobre espaços anteriormente ocupados por outras espécies, principalmente, a bovina.

1.4 – Situação atual e tendências na cadeia suínos em nível mundial

Como foi possível observar, a carne suína é a mais produzida e consumida no mundo. Em 1998, mais de 44% do total das carnes produzidas era suína. Tornando o período de 1994 a 1998, observamos que a carne suína tem tido um aumento significativo na produção e no consumo, embora não na mesma proporção da de aves. As exportações tiveram um leve declínio no mesmo período. A carne suína participa com menos de 20% do total das exportações de carnes. Apenas pouco mais de 3% do total produzido no mundo é exportado. Como afirmamos anteriormente, ela se destina, quase que exclusivamente, ao consumo interno dos países.

A *produção mundial* de carne suína em 1998 foi de 85,57 milhões de toneladas, equivalente-carcaça. Os maiores produtores mundiais de carne suína são a China (44 milhões de toneladas), EUA (16,85), EUA (8,51), Brasil (1,6), Fed. Russa (1,4) e Japão (1,29). Na década de 90, a China foi responsável pela quase totalidade do aumento da produção de suínos no mundo, passou de 22,8 milhões de toneladas, em 1990, para 42,5 milhões, em 1997, segundo o USDA – Departamento de Agricultura dos Estados Unidos. A Rússia sofreu redução de 1/3 na produção, no período de 1994 a 1998. Um declínio considerável na produção também aconteceu na Europa do Leste. A União Européia, ao contrário, teve um forte incremento na produção. Os EUA, terminaram a década de 90 com a produção em declínio.

O *consumo de carne* suína no mundo chegou a 82,42 milhões de toneladas em 1998, sendo os maiores consumidores, depois da China, a União Européia, Estados Unidos, Japão, Fed. Russa, Brasil, Polônia, México e Canadá. A China produz e consome mais de 50% do total global. Sua produção se destina, basicamente, ao consumo interno.

As exportações, de acordo com o USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos) representam pouco no mercado internacional de carnes. Em 1998, atingiram pouco mais de 2 milhões e 500 mil toneladas, sendo que a Europa liderou as exportações durante toda a década de 90. A União Européia tem se tornado um exportador de produtos agropecuários, desovando os excedentes, resultado das políticas de auto-suficiência implementadas a partir dos anos 70. Além da Europa, os países que têm expressão na exportação de carne suína são: Estados Unidos, Canadá, Polônia e Brasil, entre outros.

Os maiores importadores são: Japão, Federação Russa, EUA, Hong Kong e México. O Japão e a Rússia, foram os dois maiores importadores de carne suína até metade da década de 90, a partir da segunda metade ocorreu um declínio nas importações. A crise econômica que afetou a Ásia e a Rússia contribuiu para a redução das importações e consumo de carnes. Aliado a este problema, Taiwan, maior exportador para o Japão, teve um surto de febre aftosa que prejudicou o rebanho suíno. A União Européia, manteve suas exportações, apesar dos problemas sanitários ocorridos, principalmente na Holanda (peste suína).

O aumento da produção Européia , a manutenção das exportações dos EUA e a redução das importações, principalmente, Fed. Russa e Japão, levaram a um acirramento da concorrência neste mercado, com conseqüente queda de preços e aumento dos subsídios aos agricultores Europeus.

Diante desta situação, os EUA estão buscando novos mercados, entre eles a Argentina, afetando, em parte, as exportações brasileiras.

De acordo com Wilkinson (1998 n.p.), alguns aspectos devem ser considerados na análise do futuro da suinocultura. Primeiro, é o aspecto da concentração da produção e deslocamento da produção, nos EUA, na década de 80, do Meio-Oeste para o Sul e o Oeste. O custo mais baixo de mão-de-obra e proximidade das fábricas de alimentos para suínos, aliados à infra-estrutura e mobilidade de serviços de apoio, fizeram com que a suinocultura ganhasse competitividade. Por outro lado, as questões e a legislação ambiental e os custos sociais da concentração se contrapõem aos ganhos de competitividade. A agressividade dos EUA na busca de mercados para a carne suína deve afetar os mercados num futuro próximo. A maior competitividade conseguida no setor permite a produção de carnes a custos mais baixos, quando comparados aos concorrentes.

Os mercados de carnes devem se caracterizar por baixos custos na produção, controle de qualidade, sanidade, parâmetros de saúde e adaptação ao perfil de cada país. Estas características são favoráveis à produção dos EUA.

A tecnologia de ponta está disponível a todas as empresas líderes do mundo. Segundo Wilkinson (1998, n.p.), deverá se concretizar um padrão mundial em termos de processos produtivos e qualidade. Os custos e a logística permanecem como fatores fundamentais para a conquista e manutenção de mercados. As questões ambientais também passaram a fazer parte do cotidiano na produção de carnes e ocupam lugar central nas políticas de regulação.

Por sua vez a produção Européia se concentra em alguns países: Alemanha, Dinamarca, Holanda, Bélgica e França. A Alemanha além de ser o maior produtor, também é o maior importador.

A Europa é marcada por uma diversidade grande nos padrões de consumo. Um processo de reestruturação está em curso, com tendência de automação e informatização de processos industriais. Essa reestruturação tem dois objetivos: o primeiro é reduzir custos de produção e o segundo é o de flexibilizar a estrutura produtiva para atender uma demanda diversificada. A questão ambiental é um dos sérios fatores restritivos ao aumento da produção.

A recuperação da economia do Leste Europeu, a médio prazo, é um fator que afetará o mercado de suínos no mundo, uma vez que esta região sempre teve tradição na produção. A retomada do crescimento com certeza fará com que a produção de suínos se recupere, nos médio e longo prazos.

A agressividade dos EUA na busca de mercado externo para os produtos suínos, a reestruturação Européia e a possibilidade de crescimento do Leste Europeu, com certeza tornarão o mercado mundial mais concorrido.

Um aspecto importante que deve ser considerado é o fato de que os países asiáticos estão em processo de recuperação econômica, com perspectivas de aumento no consumo de carnes *per capita*, além da projeção de aumento populacional. Aliado a este fator está o intenso processo de urbanização da China, com necessidade crescente de alimento para a população urbanizada. Entre estes alimentos estão a carne suína, que é a proteína animal mais consumida no país.

1.5 – O complexo agroindustrial de carnes no Brasil

Ao fazer referência ao complexo agroindustrial brasileiro de carnes, bovina, suína e de aves estamos tratando de indústrias que se desenvolveram em épocas e contextos diferentes. As indústrias de carne bovina, embora sem precisar a data do aparecimento das primeiras, remontam ao século passado, embora o abate bovino com finalidade comercial data de mais tempo e teve finalidades diferentes ao longo do tempo como o aproveitamento do couro, sebo e carne para charque. O abate de suínos com finalidade comercial também é uma atividade antiga. Inicia com as pequenas indústrias nas pequenas propriedades rurais, evoluindo para estruturas de frigoríficos. A cadeia de suínos sofreu profundas mudanças em todas as suas etapas de produção no seu processo de desenvolvimento, ao contrário do setor de carne bovina. Em relação à produção e ao parque industrial de aves se pode dizer que é recente, inicia nos anos 60, ganha força e se consolida nas décadas seguintes. É a cadeia onde são observados os maiores avanços tecnológicos e organizacionais no setor agropecuário e cujos efeitos se irradiam para outras cadeias como a de suínos. A avicultura se estrutura em torno das mesmas indústrias de abate de suínos e a produção se assenta, também, sobre a pequena produção familiar.

Segundo Mior (1992), no Brasil, até meados da década de 60, a industrialização e exportação de carne bovina era feita sob o comando dos frigoríficos controlados por empresas transnacionais, que ao ocuparem o núcleo da cadeia, exerciam desta forma, seu controle sobre o conjunto do mesmo. O domínio das empresas transnacionais se materializava, principalmente, no processo de comercialização. Na comercialização atuavam como oligopsônio na aquisição da matéria-prima produzida por uma pecuária tradicional e como oligopólio na comercialização final de carnes, destinadas principalmente, ao mercado externo. A partir de meados dos anos 60, com as mudanças

ocorridas no comércio internacional de carne bovina e com as mudanças nos tipos de carnes consumidas, incrementando o consumo de carne de frango, e suína em menor quantidade, em substituição a carne bovina, fez com que os frigoríficos de empresas transnacionais buscassem diversificação de produção ou mesmo venda de plantas.

Até o final da década de 60 e início da década de 70, as empresas transnacionais lideravam técnica e economicamente o desenvolvimento industrial (carnes) no Brasil, dominavam o atacado nacional e eram responsáveis pela quase totalidade das exportações. Atuavam quase que exclusivamente dentro da atividade de carne bovina.

Com o início do chamado “milagre econômico”, no final dos anos 60, o país estimulava investimentos externos, ao mesmo tempo em que concedia estímulos públicos para o desenvolvimento do setor agroindustrial, as empresas nacionais avançavam na estruturação da produção, principalmente aves e suínos, na ampliação e modernização de plantas, concorrendo com as empresas transnacionais no comércio de carnes. Neste período, as empresas nacionais ampliaram a participação no comércio interno e externo de carnes, principalmente de aves e suínos. O declínio do comércio internacional de carne bovina, ao mesmo tempo em que desestimulou investimentos das empresas transnacionais que atuavam no setor, fortaleceu as agroindústrias nacionais que atuavam em suínos e aves.

Como consequência da estagnação do mercado externo de carnes, principalmente bovina, internamente se acirra a concorrência entre as indústrias, agora com a participação crescente da carne de frango no mercado. Esta concorrência entre empresas, internamente, levou a desinvestimentos e fusões, inclusive de empresas transnacionais. Os frigoríficos Swift e o Armour, no Rio Grande do Sul, por exemplo, se juntam formando um novo

grupo, o grupo Suift-Armour. Este grupo continuou atuando no setor de carne bovina. Na metade da década de 80 o grupo transnacional se desfez totalmente do capital.

Com a redução e instabilidade das exportações de carne bovina, a partir da segunda metade dos anos 70, o país entra no mercado internacional de carne de frango. Em relação ao frango, houve um aumento crescente das exportações, principalmente, para os países árabes, dos quais o Brasil importava petróleo.

A comercialização de carne suína para o exterior, no entanto, nunca teve grande expressão no contexto das exportações, quando consideramos o total de suínos produzidos e o percentual da produção exportada. A carne suína sempre foi um produto de consumo interno, basicamente.

Em relação às empresas brasileiras que atuavam no ramo de carne suína e de aves, estas passaram por transformações que modificaram a estrutura industrial. De estruturas de capitais que atuavam exclusivamente no ramo de produção e industrialização de carnes, passam a constituir capitais com atuação em diversas atividades, no mesmo ramo, numa estratégia de diversificação horizontal. É o caso da entrada da Sadia e da Perdigão que entraram no abate de bovinos. Este processo iniciou nos anos 70 e se intensificou nos anos 80.

Uma outra mudança ocorrida no CAI de carnes, no Brasil, foi a redistribuição no espaço da produção de ração animal, principalmente para suínos e aves. Enquanto na década de 70 a produção estava concentrada em São Paulo, na década de 80 cresceu a produção na região Sul, principalmente em Santa Catarina e, na década de 90, também se ampliou a produção no Rio Grande do Sul e Paraná. Atualmente, Santa Catarina responde por 37% da produção nacional, São Paulo produz 19% da ração animal, Paraná 16,4% e

Rio Grande do Sul 11,4% (4º produtor nacional). Os 4 estados respondem por 83,8% do total produzido no país. A maior parte é destinada a aves e suínos.

Entre todas as transformações que ocorreram na década de 80, uma das mais significativas, de acordo com MIOR (1992), foi a verticalização dos grandes grupos agroindustriais que avançaram ao longo da cadeia de produção de proteínas animal e vegetal. Esses grupos passam a atuar como indústria alimentar de produtos finais.

É importante lembrar que as transformações no complexo agroindustrial brasileiro, nos anos 80, aconteceram sob o impacto do declínio do comércio internacional de carnes por conta da busca da auto-suficiência Européia. Somaram-se a esta situação, os subsídios e incentivos Europeu e Norte Americano concedidos à agricultura, visando escoar os excedentes resultantes das políticas de auto-suficiência. Essas políticas de subsídios colocavam os produtores europeus e americanos em vantagem no pouco dinâmico mercado internacional de carnes. Ademais, o complexo agroindustrial brasileiro se reestruturou considerando a tendência mundial de migração do consumo de carnes vermelhas para carnes brancas.

Internamente, os anos 80 foram marcados por políticas de ajustes econômicos e recessão, principalmente, a primeira metade da década. A necessidade de divisas para fazer frente aos serviços da dívida externa fez o governo lançar mão de uma série de estímulos e subsídios às exportações.

Aproveitando esses estímulos, muitos grupos econômicos se diversificam, atuando em diversos tipos de carne (suínos, aves e bovinos), além de óleos vegetais e adotaram a estratégia de verticalização da produção de alimento animal. Esses grupos passaram a ditar o eixo de conduta em termos de estratégias empresariais, constituindo as chamadas empresas líderes do complexo. Apesar da recessão de dimensão mundial, as empresas

brasileiras, conseguiram aumentar sua participação nas exportações mundiais. A presença do Estado na reestruturação das indústrias foi fundamental.

Os anos 90, em especial até meados dos anos 90, o CAI passa por uma nova fase de reestruturação, agora sob a pressão da abertura da economia e da liberalização dos mercados. Neste processo, grandes empresas estrangeiras como Cargill, ADM e outras, expandem ou iniciam as suas atividades no Brasil, na comercialização de grãos e no esmagamento de oleaginosas. A concorrência entre empresas especializadas em comércio de grãos e empresas de carnes que também atuavam em grãos e o nível de organização do mercado de grãos, levaram algumas empresas de carnes a concentrar suas atividades na produção, industrialização e comercialização de produtos cárneos, mais especificamente, suínos e aves. É o caso da Sadia. Além da concentração específica nos produtos derivados de suínos e aves, as empresas entraram na diversificação das linhas de produtos alimentícios, como os pré-processados, pizzas, lasanhas e outros.

Nos anos 90, dentro das estratégias gerais de ação das empresas³, em nível mundial, mencionados por Green (1991), se intensificou o processo de concentração industrial. Um exemplo disso é o grupo Perdigão que, nos anos 80, adquiriu apenas no Rio Grande do Sul o frigorífico Borella S.A., de Marau, a Sulina Alimentos S.A., a Ideal Avícola S.A. de Serafina Correa e a Granja Ideal S.A. de Casca, ligada ao grupo Sulina. Na década de 90, vendeu em torno de 71% das ações do grupo para um consórcio de fundos de pensão.

³ GREEN. R.H. **Las estrategias de las grandes empresas de carnes y productos destinados a la alimentación animal en el mundo**: ConAgra, Cargill, Socopa, Veronesi y Nippon Meat Packers. In: GREEN. H. R; SCHVARZER J; WILKINSON. J. (Coord.(s). Mercados, Tecnología y Empresas: Granos y Carnes en Argentina y Brasil. INRA IAA. Paris. mars 1991. p.29 -54.

Sobre o mesmo tema. GREEN. R.H. **Principales tendencias de la restructuración del sistema alimentario mundial**. In: Workshop: Reestruturação da Indústria Alimentar. Campinas. 22 e 23 de Junho de 1993. Mimeo. 37 p.

liderados pela PREVI (Banco do Brasil). Após a mudança de controle acionário a empresa passou por *uma* reestruturação, modernização e ampliação da produção. A concentração de capital se deu, neste caso, através da aquisição de um grupo agroindustrial por um de capital fora do setor agroindustrial.

A Sadia, nos anos oitenta, também fez aquisições no Estado do RS adquirindo o frigorífico de Três Passos, em 1985, e o frigorífico de Frederico Westphalen, em 1989, fechando esta última unidade, posteriormente.

A partir da segunda metade dos anos 90, se iniciou um processo de desnacionalização de empresas do setor de carnes. O interesse de grupos estrangeiros (Cooperativas holandesas, Hillsbrough dos EUA e outras) em se instalar no Brasil decorre de uma série de fatores: da tendência da redução dos subsídios à agricultura européia, aliada aos problemas ambientais causados pela produção animal, da possibilidade de exportação para a Europa, do avanço no consumo de carnes na Ásia e o potencial de crescimento do mercado doméstico brasileiro. Grupos nacionais foram adquiridos por empresas estrangeiras como o caso da CEVAL e da FRANGOSUL, que foram adquiridos pelos grupos Argentino (Bunge y Bom) e Francês (Doux), respectivamente.

1.6 – O novo arranjo do quadro agroindustrial de carnes no Brasil.

As mudanças que ocorrem dentro das cadeias afetam todos os agentes, cada um buscando se adaptar ao novo ambiente provocado por estas mudanças. No setor agroindustrial de carnes também houve um processo de “reacomodação” de forças e espaços. Aliás, as cadeias estão em permanente mudança no que diz respeito às formas de

produção e ocupação de espaços de mercado. Elas só podem ser entendidas numa perspectiva de dinâmica.

A reestruturação do setor agroindustrial de carnes, no Brasil, que teve início na década de 70, se intensificou nos anos 80 e se consolidou nos anos 90 com a abertura da economia, levou a uma concentração da estrutura de abate, processamento e comercialização de carnes, onde poucas empresas passaram a dominar parte considerável do setor. No entanto, estruturas industriais, menores, de médio porte, atuando normalmente numa especialidade, ligadas principalmente a cooperativas agrícolas, se mantiveram no mercado e ocupam um espaço considerável. É o caso dos frigoríficos ligados às cooperativas como a Cosuel (RS), Cotrigo (RS) ou frigoríficos privados como Palmali (PR), Frigumz (SC), Bassanense (RS) e outros mais, como pode ser observado na Tabela 8 que mostra a estrutura de abate de suínos no Brasil.

Um novo quadro se desenha no setor agroindustrial de carnes no Brasil. De um lado, temos um grupo de indústrias que dominam uma grande fatia do mercado, principalmente, aves e suínos, dentro de *uma* estrutura oligopolizada. As principais são a Sadia, Perdigão, Cooperativa Central Oeste Catarinense (Aurora) e Ceval. Essas indústrias como parte da estratégia de concorrência, além de produzir em escala aqueles produtos típicos e próprios de cada ramo (suínos, aves, etc.), também passaram a diversificar as linhas de produção, produzindo produtos de alto valor agregado que vão atender a faixas específicas de consumidores, normalmente consumidores de extrato de renda mais elevados. Estas indústrias são as responsáveis pela maior parte das exportações de carnes e derivados. São empresas com estrutura de produção verticalizada e para ganhar competitividade transferem tecnologia de ponta a um número cada vez menor de agricultores que produzem em escala cada vez maior.

De outro lado, temos médias estruturas agroindustriais, ligadas ao setor privado e a cooperativas, que não diversificaram as linhas de produção. Possuem estruturas organizacionais semelhantes às das grandes empresas líderes, no entanto, a escala de produção é menor e a estrutura de custos é maior que a das grandes empresas. No processo de reestruturação dos complexos de carne no Brasil, muitas empresas de porte médio, foram incorporadas e outras desapareceram como mostram os dados da estrutura de abate, do Estado do Rio Grande do Sul e Santa Catarina (ver página 52).

À medida que o setor de carnes foi se reestruturando, dentro de um movimento de rearranjo de espaços de mercado, surgiram milhares de pequenas estruturas que abatem e comercializam carnes e derivados principalmente, na bovinocultura e suinocultura e, em menor escala, na avicultura. Elas ocupam um espaço considerável dentro do mercado, abastecendo principalmente, o pequeno e médio varejo, como poderemos observar no quarto capítulo, no caso da cadeia de suínos. Estas pequenas indústrias surgiram principalmente, em meados da década de 80 e nos anos 90, de acordo com informações da Secretaria da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul. Atuam, principalmente, no processamento de produtos de consumo de massa. A organização, a característica de seus produtos e a estrutura de custos, permite a estas pequenas empresas competir com os grandes grupos no mercado. O surgimento destas pequenas empresas tem a ver, entre outras causas, com a descentralização da inspeção de produtos de origem animal proporcionada pela Constituição Federal de 1988 e legislação complementar, que desde 1971 estava centralizada no Ministério da Agricultura.

1.7 – O consumo de alimento no Brasil

“O perfil básico da demanda alimentar é determinado em função das tendências econômicas mais gerais – urbanização, distribuição de renda, reabsorção da mulher na economia formal, e, talvez, no futuro, redefinição dos padrões de trabalho – como trabalho à distância...” (Wilkinson, 1989: 24). Esta afirmação relaciona alguns fatores determinantes do consumo alimentar. Procuraremos situar o consumo no Brasil, enfocando alguns destes fatores.

O poder aquisitivo, a renda da população é um dos fatores que influenciam os padrões de consumo no Brasil. Uma sociedade segmentada em termos de renda, será também, uma sociedade segmentada em termos de padrões de consumo. Os consumidores de baixa renda, que representam uma parcela considerável da população, procuram satisfazer as necessidades básicas, em termos de consumo de energia e, portanto, ainda não alcançaram um padrão de consumo protéico adequado (proteína animal). A faixa de renda mais elevada, por outro lado, já incorporou um novo padrão alimentar, equilibrado em termos de energia, proteína e vitaminas e, como nas sociedades dos países mais desenvolvidos, está atenta à questão da qualidade e faz uma relação entre consumo de alimento e saúde.

Para um estrato significativo da população, a alimentação ainda tem um peso muito grande no orçamento familiar. Em torno de 52% dos domicílios brasileiros, dados de 1996 – POF – IBGE, tinham renda familiar de até 8 salários mínimos (SM), assim estratificada: 10,3% até 2 SM, 8,3% entre 2 e 3 SM, 15% entre 3 e 5 SM 7% entre 5 e 6 SM e 11% tinham renda entre 6 e 8 salários mínimos. Para estes domicílios, o peso da alimentação variava entre 24 e 33% do orçamento familiar, enquanto a média geral do gasto mensal com alimentação se situava em torno de 16,6%. Para rendas de até 2 SM representava

32%, 2 a 3 SM 33% e para faixas de renda de 3 a 5 SM representava 29% do orçamento. Faixas de renda entre 6 e 8 SM comprometiam mais de 24% da renda familiar com alimentação no domicílio. Para se ter uma idéia, os diversos tipos de carne consumidas pelas famílias com faixa de renda até 5 SM representavam entre 11 e 19% do orçamento, pesando mais, evidentemente, nas faixas de renda menores. Para faixas de renda entre 6 e 8 SM, as carnes representavam em torno de 9 % do orçamento. As carnes mais consumidas nesta faixa de renda são a de frango, a bovina e a suína. O consumo das demais carnes, podemos dizer, é insignificante.

A alimentação ainda tem um peso considerável no orçamento familiar, apesar da *queda* registrada em relação a 1987, que para as faixas de renda acima apresentadas, representou *entre 3 e 7%*, de acordo com a POF – IBGE (1996). A população de baixa renda preocupa-se, primeiro, em adquirir os produtos básicos de subsistência e depois procura diversificar o consumo. Se poderia dizer que a diversificação aumenta de acordo com os níveis da renda familiar. As oscilações de renda têm reflexo imediato no consumo, determinado substituições, redução ou aumento de consumo de alguns itens. Para uma camada expressiva da população brasileira, o consumo de carnes assim como de outros produtos alimentícios, em função da distribuição iníqua, está na dependência da melhoria de renda. Qualquer medida macroeconômica que afete a renda, acaba tendo reflexos no consumo de carnes. É possível fazer uma relação entre a situação macroeconômica do país que afeta renda e emprego e consumo de carnes.

Em praticamente toda década de 80, a chamada década perdida, o aumento do consumo de carnes foi insignificante. Foi um período de recessão e de dificuldades econômicas do país. Neste período, o consumo de carne de frango, embora sempre

oscilando, teve um incremento. No caso da carne suína e bovina houve decréscimo significativo de consumo como se pode observar na Tabela 3.

Na década de 90, logo no início do plano real (1995 - 1997), período de controle da inflação, houve um ganho inicial para as camadas de renda mais baixa, em função da eliminação dos efeitos perversos da inflação sobre o poder de compra. Neste período, houve um aumento de consumo, principalmente, de proteína animal de menor preço, como foi o caso do frango.

Verificando os dados da POF-IBGE (1996), identificamos um aumento maior de consumo de carnes em domicílios com faixa de renda menor, neste estrato de renda se pode identificar uma demanda reprimida em termos de consumo de carnes no país. É por este motivo que, em todos os planos de estabilização económica, sempre houve preocupação com a explosão de consumo.

De outro lado, temos um estrato da população, cuja renda permite a escolha de produtos de qualidade e gosto desejados, inserida dentro de padrões alimentares semelhantes aos dos países desenvolvidos e que são alvo das indústrias, que produzem bens específicos para esta camada da população. A expansão de consumo de alimentos básicos nesta camada da população situa-se próxima a “zero”. É para esta camada da população que as indústrias alimentares e a grande distribuição estão atentas lançando novas linhas de produtos. Estes normalmente são consumidores mais exigentes em termo de qualidade.

Aspectos culturais influenciam consumo de alimentos. Podemos analisar isso quando observamos o consumo de carne suína entre a população de origem italiana e alemã do Sul do país, quando comparada a outras regiões de etnias diferentes. Ainda, a influência cultural pode ser vista quando constatamos que o hábito de consumo de carne

suína é maior no meio rural, quando comparado com o setor urbano. A passagem do rural para o urbano modifica hábitos alimentares e neste processo, a oferta e o preço desempenham *uma* função importante, principalmente entre a população de menor renda.

O processo de urbanização teve influência sobre as mudanças nos hábitos de consumo e sobre o sistema alimentar. “...mudanças estruturais paralelas na demanda decorrente da reorganização industrial – separação geográfica entre residência e trabalho, reincorporação da mulher no setor formal de trabalho, estimularam novos setores do sistema alimentar baseados na industrialização das atividades da cozinha” (Wilkinson, 1989 : 23).

Os produtos pré-processados, como empanados de carnes, verduras e legumes pré-cozidos entre outros, que permitem o preparo das refeições em menos tempo em nível doméstico, foi uma das mudanças que ocorreram em função do processo de urbanização, da separação geográfica do trabalho e da inserção da mulher no mercado formal de trabalho.

As cozinhas localizadas nos estabelecimentos comerciais e industriais com a finalidade de alimentar os trabalhadores, os restaurantes e fast food, também surgiram em função da urbanização e da separação geográfica do trabalho e que acaba tendo reflexos sobre o sistema alimentar. O fornecimento de um grande número de refeições nestes estabelecimentos pressupõe a existência de alimentos de fácil preparo.

1.8 – O consumo de carnes e derivados no Brasil

Na análise do consumo de carnes, interessa-nos, particularmente, o consumo de carne suína e derivados. As perspectivas de consumo deste tipo de carne e derivados permitem analisar os espaços para a produção e inserção da agricultura familiar no

mercado através desta cadeia. É evidente que não se pode analisar consumo de carne suína sem fazer uma relação de consumo com as demais, aves e bovinos, que, em última análise, são concorrentes diretas.

Embora haja pequenas divergências quando comparamos os dados das diversas fontes, pretendemos analisar o consumo de carnes, a partir dos dados da Tabela 3.

Pela tabela, se pode observar que o consumo total de carnes, no Brasil, entre 1970 a 1990, passou de 28,8 kg para 35,1 kg *per capita*, neste período de 20 anos, houve um incremento de consumo de, aproximadamente, 20%. Quando tomamos os dados de 1991 a 1998, sete anos, portanto, o consumo passou de 52,4 kg *per capita* para 68,5, tendo um incremento de consumo da ordem de 30 %. Tomadas individualmente as espécies de carnes, observamos que o consumo de carne bovina de 1970 a 1990 decresceu 24%. O consumo de carne suína, também teve um decréscimo de 5%, enquanto o consumo de carne de aves cresceu em torno de 495%. De 1991 a 1998 o consumo de carne bovina cresceu em torno de 11%, carne suína 25% e o consumo de carne de frango teve um incremento de aproximadamente 59%.

Em relação à carne bovina, o país tem tradição de consumo, no entanto, está perdendo espaço para outros tipos de carne, especialmente de aves. A associação alimento-saúde afetou o consumo de carne vermelha, principalmente entre as classes de maior renda.

A carne bovina é consumida, basicamente, *in natura* e uma pequena parcela é transformada em *hamburger* ou outros produtos.

Tabela 3 – Consumo *per capita* de carne de frango, bovina e suína no Brasil (1970-1998).

Ano	FRANGO	SUÍNO	BOVINA
	Consumo (Kg)	Consumo (Kg)	Consumo (Kg)
1970	2,3	7,6	18,7
1971	2,3	7,8	19
1972	3	7,1	18,4
1973	4	8	19,1
1974	4,8	7,6	19,4
1975	5	8,9	20,6
1976	5,5	9,8	19,8
1977	6,1	9	20,6
1978	7	9,4	20,3
1979	8,9	9,6	18
1980	8,9	9,5	16,3
1981	9,1	9,5	16,8
1982	9,6	8,7	15,7
1983	9,3	8	15,4
1984	8,1	7,2	13
1985	9	7,1	12,1
1986	10	7,7	14,9
1987	12,1	8,3	14,2
1988	12	7,5	13,8
1989	12,5	6,8	13,5
1990	13,7	7,2	14,2
1991	15,1	7,6	31,5 ⁴
1992	16	7,6	28,7
1993	17	8,1	30,6
1994	19,1	8,4	32,6
1995	23,2	9,7	34,5
1996	22,1	10,1	35,6
1997	23,8	9,7	36
1998	24	9,5	35

Fonte: **Dados até 1989** – UBA União Brasileira de Avicultura – IBGE – APINCO Assoc. Brasileira de Produtores de Pintos – INSTITUTO CEPA/ SC *apud* Mior, L.C, 1992.

Demais dados: revista *Agroanalysis*, vol. 18, n° 5, 15/05/1998. Fundação Getúlio Vargas (FGV) e ANUALPEC 99, São Paulo, FNP p.341; 344.

⁴ Na tabela. o consumo de carne bovina, a partir de 1991, dá um salto. passando de 14,2 kg em 1990, para 31,5 kg *per capita* em 1991. De acordo com a fonte, a partir de 1991, há uma tentativa de captar o consumo de carne bovina que tem origem nos abates informais.

A produção e consumo de carne de aves cresceu beneficiando-se da migração de consumo de carne vermelha para carnes brancas. Um outro fator que pode ser apontado como um dos responsáveis pelo incremento de consumo foi a tecnologia de produção de carne de aves, que permitiu produzir proteína animal (aves) a custos inferiores ao das demais espécies. Em uma sociedade estratificada em termos de renda, o preço passa a ser um fator limitante de consumo, quando se trata de população de baixa renda. Além destes aspectos, a multiplicidade de usos e formas de apresentação do frango, que vai desde o frango inteiro, passando por pré-processados como filé, empanados, hamburger, até produtos prontos como presunto e defumados, também determinaram o aumento do consumo de carne e derivados de aves. Este crescimento no consumo se deveu, entre outros fatores, à ação deliberada das indústrias brasileiras, que priorizaram o desenvolvimento da avicultura, dentro de padrões tecnológicos avançados, com uma logística própria, num sistema organizacional de produção integrado, o qual foi implementado também na suinocultura, posteriormente, dentro de uma perspectiva de aumento da participação desta espécie de carne no mercado.

Quando se analisa consumo de carne suína e derivados, faz-se necessário dizer que, a suinocultura é uma atividade que está presente na maior parte das propriedades rurais do país, desde os tempos dos colonizadores. Ela sempre esteve presente nas propriedades como atividade de subsistência. A carne suína foi a proteína animal mais consumida nas propriedades, em muitas regiões do país, superando outras espécies como a de frango (caipira) e de bovinos. Ao analisar o consumo, pode-se observar que a população do meio rural consome muito mais carne suína e derivados que a população urbana. Isso pode ser constatado, por exemplo, ao comparar dados de consumo *per capita* da região

metropolitana de Porto Alegre e do interior, na seqüência do trabalho. Este maior consumo de carne suína no meio rural em relação às cidades, ocorre em diversas regiões do país.

Com o processo de urbanização, a carne suína é substituída por outros tipos de proteína animal, principalmente aves e bovinos. Em países grandes consumidores de carne suína como Espanha, Inglaterra, Alemanha, Rússia e outros, o processo de urbanização pouco afetou o hábito de consumo de carne suína, mantendo o consumo em patamares situados entre os maiores do mundo.

Um outro aspecto do consumo de produtos suínos no Brasil, diz respeito à forma como estes são apresentados aos consumidores, agora estamos falando de consumidores urbanos. Enquanto nos países maiores consumidores a maior parte do consumo de produtos suínos é carne *in natura*, no Brasil, a maior parte dos produtos apresentados e consumidos são industrializados, na proporção de 70% industrializados e 30% carne *in natura*, segundo Pinazza e Alimandro (1998).

A expansão do consumo de carne *in natura* ainda esbarra em dois problemas: um é o preconceito existente que associa carne de suíno a banha e colesterol e, portanto, a doença, e o outro, é o alto preço da carne que supera o preço das demais. Este preço alto limita consumo para camadas da população de baixa renda e se deve, segundo Spohr et al. (1996), à elevada margem de lucro da grande distribuição, que são os responsáveis por grande parte das vendas. A carne suína *in natura*, em função dos motivos expostos, não é encontrada com grande freqüência em restaurantes industriais, em casas de alimentação, a não ser na forma de carne assada na brasa ou de salsichão no espeto. Estamos falando de restaurantes e casas de alimentação de grandes centros urbanos. Além do mais, a carne suína “não se presta” para um número tão grande de usos e pratos, concorrendo com outros tipos de carne na elaboração de lasanhas, pizzas e *fast food* por exemplo.

Em relação aos industrializados derivados de suínos, faz parte da estratégia de concorrência a agregação de valor e a diversificação de produtos, mesmo sabendo que o processo de industrialização eleva o preço do produto e impede o acesso de uma camada da população a estes produtos. A agregação de valor permite uma margem de lucro maior às empresas. Além do mais, determinados produtos, exigem altos investimentos em termos de tecnologia para a sua elaboração, o que impede a entrada de pequenas empresas na fabricação destes produtos. É o caso dos defumados, do presunto, patés e alguns outros produtos de alto valor agregado. Poucas empresas dominam a produção e comercialização de alguns produtos, oligopolizando o mercado.

O avanço no consumo de produtos suínos industrializados esbarra, também, nos substitutos. Por exemplo, o *hamburger* de carne suína não é consumido em larga escala como o de aves e de bovinos. O presunto cozido de carne suína que “reinou absoluto” por muito tempo nos lanches, no café da manhã das famílias de renda mais elevada, passou a sofrer a concorrência de presunto e defumados de peru e frango, que são carnes brancas e têm aceitação melhor entre os consumidores. Isso não significa que os produtos suínos vão desaparecer, mas cada vez mais disputarão um espaço com os derivados de aves. E pelo menos três empresas estão investindo nestes produtos, a Sadia que até há pouco trabalhava com peru inteiro para o natal, a Perdigão e a Doux, que adquiriu a Frangosul e tem larga experiência, pois atua neste ramo na França.

A nível interno, os produtos suínos podem ampliar o espaço no mercado e uma das formas é eliminar o “*estigma*” de que carne de suíno faz mal. No Sul do Brasil, a idéia de que produtos suínos fazem mal à saúde parece estar perdendo força. Pesquisas realizadas por Universidades; como a Federal de Santa Maria e UNICAMP, mostram que a carne suína possui menos colesterol que as demais. Além do mais, o conceito de que carne suína

boa é a que não possui gordura, está sendo contestado por apreciadores deste tipo de carne. Alegam que *uma* pequena quantidade de gordura deixa a carne mais saborosa e suculenta. O consumidor não quer mais o “lombo assado que se torna uma ode à sola de sapato chaplinesca” (Folha de São Paulo, 4.10, 22/10/1999).

Outra forma é criar mecanismos através dos quais os produtos suínos, principalmente os de consumo básico, possam chegar à mesa de *uma* faixa de consumidores cada vez mais ampla, incluindo-os dentro de políticas de segurança alimentar⁵, por exemplo.

1.9 – Produção e exportações brasileiras de carnes

Vimos, no item anterior, como evoluiu o consumo de carnes e derivados de bovinos, suínos e aves ao longo de quase três décadas. Foram levantadas, de forma resumida, algumas restrições e fatores potenciais de expansão de consumo de cada espécie de carne, em especial a carne suína, cuja cadeia estamos nos propondo a analisar.

A partir deste momento se pretende analisar a produção e as exportações de carnes, numa perspectiva em que se possa analisar um pouco das tendências de produção e de mercado externo, dando um enfoque especial a carne suína.

⁵ Ver MALUF. R.S. Planejamento. Desenvolvimento e Agricultura na América Latina – um roteiro de temas. UFRRJ. Rio de Janeiro. Debates CPDA. Nº 3. novembro de 1997. P. 55-77.

A tabela 4, mostra a evolução da produção e exportações de carnes do Brasil, no período de 1970 até 1999, sendo que os dados do ano de 1999 são projeções feitas pelo USDA. Os dados dão uma idéia da evolução da produção e da quantidade de carnes que o país exportou ao longo dos anos. O mercado internacional de carnes, a partir da década de 70, principalmente de carne suína, com a política de auto-suficiência da Comunidade Econômica Européia e o aumento da produção de carnes nos EUA, acompanhadas de forte estímulos e subsídios públicos dados aos agricultores destes países, se retraiu e ficou mais concorrido. Esses aspectos tornaram as exportações de carnes mais difíceis. A produção de carnes e o comércio no Brasil, apesar de todos os esforços no sentido de ampliar a participação no mercado externo, ainda está voltada para o consumo interno.

A produção de frango teve no período de 1970 a 1998 um aumento de mais de 2000%. As exportações representavam, em 1998, em torno de 12,8% do total produzido. Dados de 1997 mostravam que as exportações de frango eram destinadas, principalmente, ao Oriente Médio 40%, aproximadamente, Ásia 28%, Europa 10%, Rússia 5%, países do Mercosul 7%, e, no Mercosul, a maior parte era destinada à Argentina. Apesar de existirem 20 empresas brasileiras que exportam frango, a maior parte das exportações (83%), estão sendo realizadas por 4 empresas: Sadia, Perdigão, Ceval e Frangosul.

A maior parte da produção e exportação vem da região sul do Brasil, onde a produção é integrada. A produção não integrada de aves está decrescendo. O Estado de São Paulo ainda é o maior produtor de aves no sistema não integrado. A produção independente, porém, caiu de 40 % para 25% do total, de 1992 até 1997. Houve, neste período, uma concentração da produção no Sul do país. Há uma tendência de crescimento do mercado exportador de aves.

Em relação à carne bovina, como mostra a Tabela 4, no período 1970-1998, houve um crescimento de produção da ordem de 340% e as exportações que já haviam chegado a 15% em 1972, a 26% da produção em 1985, em 1998 declinaram para 5,4% do total da produção.

Tabela 4 – Produção total e exportações de carne suína, bovina e de frango no Brasil.

Ano	Suína			Bovina			Frango		
	Prod. 1000 t	Export. 1000 t	% Expor.	Prod. 1000 t	Export. 1000 t	% Export.	Prod. 1000 t	Export. 1000 t	% Export.
1970	705	2	0,3%	1805	189	10,4%	217		
1971	750			1838			224		
1972	700			2044	324	15,8%	294		
1973	805			1861			401		
1974	788			1515	150	9,9%	434		
1975	943	5	0,5%	1790			484	3	0,60%
1976	1060			2176			552	19	3,40%
1977	1000	12	1,2%	2452	217	8,8%	632	32	5%
1978	793	4	0,5%	2320			725	51	7%
1979	885			2144			1019	81	7,90%
1980	1150			2084	189	9,0%	1250	170	13,6%
1981	1183			2115	315	14,8%	1440	290	20,1%
1982	1105			2397	398	16,6%	1508	302	20%
1983	1040			2364	500	21,0%	1489	289	19,4%
1984	960			2096	499	23,0%	1356	281	20,7%
1985	966	5	0,5%	2223	586	26,3%	1501	270	17,9%
1986	1080			1958	400	20,4%	1617	225	13,9%
1987	1200	8	0,7%	2261	340	15,0%	1970	214	10,8%
1988	1100	20	1,8%	2447	540	22,0%	1950	226	11,5%
1989	950			2660	270	10,1%	2080	240	11,5%
1990	1050	25	2,4%	4631	249	5,3%	2267	299	13,1%
1991	1130	23	2,0%	4725	326	6,9%	2521	321	12,7%
1992	1190	59	5,0%	4508	444	9,8%	2727	376	13,7%
1993	1260	46	3,7%	4950	392	7,9%	3142	433	13,7%
1994	1330	43	3,2%	5200	358	6,8%	3411	481	14,1%
1995	1540	42	2,8%	5400	269	5,0%	4050	433	10,6%
1996	1660	74	4,5%	5700	261	4,5%	4051	568	14%
1997	1610	75	4,7%	5820	296	5,0%	4460	649	14,5%
1998	1620	97	6,0%	6140	335	5,4%	4592	588	12,8%
1999	1644	173	10,5%	6213	335	5,39%	4600	580	12,6%

Fonte: Até 1989 – *apud* MIOR (1992).

Demais dados: USDA – Revista Agroanalysis – FGV. Vol. 18, nº 5, 15/05/1998.

Os dados de 1999 são estimados.

Em 1997, os maiores compradores de carne bovina brasileira eram: a CEE (Comunidade Econômica Européia) com 63% do total, EUA 9% de forma industrializada e 7% para o Oriente Médio e Ásia (Agroanalysis – vol. 18 n° 5 – 15/05/1998).

A produção brasileira de carne suína, nos últimos 28 anos (1970 a 1998), tem crescido em torno de 129%, ou seja, num ritmo de 4,6% ao ano, sendo que metade deste crescimento ocorreu na década de 90. As exportações tem crescido muito lentamente. Em 1998 atingiram 6% da produção total, sendo que 19 empresas exportaram, a maior parte das exportações são realizadas por empresas que atuam também no ramo de carne de frango. As exportações de carne suína, em 1997, foram para: Hong Kong (31%), Argentina (34%) e Uruguai (6%) e o restante foi exportado para diversos países. Quando analisamos as exportações, podemos observar que a expansão da produção se deu num ritmo ligeiramente superior à demanda. De 1996 até 1998 a produção estagnou, o consumo teve um pequeno declínio e as exportações tiveram um pequeno aumento.

A produção de 1970 a 1998, cresceu num ritmo ditado pelo consumo interno. A ampliação no ritmo de produção pode se dar, então, pelo aumento do consumo interno, o que implica políticas de redistribuição de renda e eliminação de preconceitos, pelo aumento das exportações, que parece ser o caminho planejado tanto pelo poder público, visando equilibrar a balança de pagamentos quanto pelas empresas que atuam no setor ou, ainda, pelo estímulo à demanda interna acompanhada de políticas de estímulo às exportações. Não se pode esquecer que, embora a carne suína seja a carne mais produzida e consumida no mundo, o mercado mundial deste tipo de carne é relativamente pequeno quando comparado ao total da produção, é pouco dinâmico. Países tradicionalmente produtores, como os do Leste Europeu, Rússia, Polônia entre outros, que em função de problemas econômicos internos reduziram sua produção, com a retomada do crescimento,

com certeza, passarão a ser fortes concorrentes no mercado ou, no mínimo, reduzirão as aquisições externas, como é o caso da Rússia.

Quando se faz referência à produção de carne suína e aves, é importante lembrar que estas são produzidas, principalmente, pela agricultura familiar do Sul do Brasil, num sistema de integração com as agroindústrias e que, a produção, o comércio internacional e consumo interno destas carnes afetam diretamente os espaços de inserção da agricultura familiar no mercado, através destas cadeias.

Os dados da Tabela 5 mostram a participação brasileira na produção, exportações e consumo mundial de carnes. Tomamos como base os anos de 1994 e 1998, fazendo um comparativo com a Tabela 1, que trata da produção mundial, consumo e exportações de carnes. Os dados mostram que o Brasil teve um pequeno aumento da participação na produção e consumo mundial de carnes. A participação nas exportações mundiais perde espaço para outros países. Pode ser um indicativo de que o mercado internacional está cada vez mais acirrado.

Quando tomadas as espécies individualmente, podemos observar que embora as exportações de frango tenham crescido a uma média de 5% ao ano no período, no contexto do mercado internacional perderam espaço. As exportações de carne bovina declinaram internamente e perderam espaço no mercado global.

Tabela 5 – Participação brasileira na produção, exportações e consumo mundial de carne de aves, bovinos e suínos nos anos de 1994 e 1998 (em percentual).

	Aves		Bovinos		Suínos		Total de carnes	
	1994	1998	1994	1998	1994	1998	1994	1998
Produção	8	8,50	12,11	12,36	1,83	1,91	6,49	6,59
Exportações	13,56	10,64	7,47	6,64	1,55	3,26	8,32	7,66
Consumo	7,02	7,72	11,83	12,32	1,79	1,84	6,08	6,27

Fonte: Tabela elaborada com base aos dados do USDA – Revista Agroanalysis, FGV, vol.19, nº 2, 15/02/1999.

Em relação à carne suína, houve um crescimento das exportações da ordem de 6% ao ano, considerado o período de 1994 – 1998, ainda que o volume total exportado seja baixo. O país teve um pequeno aumento de participação no pouco dinâmico mercado internacional de carne suína. Apenas 3% do total da carne suína produzida no mundo é exportada. como vimos anteriormente.

1.10. – A produção de suínos no Brasil – caracterização e distribuição espacial.

O objetivo deste trabalho é analisar o mercado e a sua dinâmica, dentro da cadeia de suínos, com a finalidade de identificar espaços onde a agricultura familiar pode se inserir. Para isso faz-se necessário ter presente o cenário nacional da suinocultura.

A produção de suínos no Brasil inicia com os primeiros colonizadores portugueses e passa por um processo de evolução ao longo do tempo. A partir do cruzamento de algumas raças trazidas da Península Ibérica, se originaram raças nacionais, que sofreram um aperfeiçoamento a partir do final do século XIX e início do século XX.

A influência da colonização alemã e italiana no sul do Brasil possibilitou o desenvolvimento da suinocultura na região sul. I louve, ao longo do tempo, um esforço contínuo de modernização da produção e também do parque industrial. Como parte deste esforço de modernização estava a introdução de raças tipo carne, em substituição às raças com propósito de obtenção de banha.

Algumas características da suinocultura brasileira, ao longo do tempo, podem ser apontadas: a primeira é que a suinocultura sempre esteve ligada à subsistência das famílias, produzindo carne e gordura e uma segunda característica é que ela sempre esteve ligada à produção familiar⁶, como fonte de alimento e renda. Ela foi fonte de renda, num primeiro momento, com o abate nas propriedades e venda de banha. Isso era feito em larga escala no Sul do país, entre agricultores familiares descendentes de italianos e alemães. Num segundo momento ela passou a ser fonte de renda na venda de suínos vivos para frigoríficos, espalhados pelo país e, especialmente, na região sul. A terceira característica da suinocultura brasileira é a sua heterogeneidade quanto aos sistemas de produção utilizados, objetivos das explorações e organização do mercado.

Mesmo com o avanço da tecnologia, os sistemas de produção continuam sendo muito variados, dependendo da finalidade da produção. Um grupo muito grande de propriedades produzem animais para consumo próprio, vendendo o excedente, utilizando raças não especializadas em carne, usando alimentos alternativos não balanceados. Existe um outro grupo, que produz para o mercado, dispondo de animais especializados para a

⁶ Dados do Censo Agropecuário de 1995 – 96 mostram que mais de 78% dos suínos produzidos no Brasil, por ocasião do censo, eram criados em unidades de produção com até 100 hectares. No Rio Grande do Sul os dados mostram que 80% da produção de suínos tem origem em unidades de produção familiar com até 50 hectares.

produção de carne, utilizando sistemas “modernos” de produção e instalações “adequadas”.

É importante salientar que existem diferenças nos sistemas de produção de suínos dentro das regiões e entre regiões. A modernização da atividade se inicia pelo Sul do Brasil, avançando para a região Sudeste, atingindo também a região Centro Oeste, com a instalação de frigoríficos vindos do Sul, que construíram plantas nestas regiões, em função da disponibilidade de matéria-prima para a produção de suínos, milho e farelo de soja vindo das diversas indústrias de óleo vegetal lá instaladas e também pelo fato de a região Sudeste ser o maior centro consumidor do país.

A tabela 6 mostra a distribuição espacial da produção, abate e desfrute⁷ da suinocultura brasileira, nas diversas regiões do Brasil, de 1990 a 1999.

O desfrute é um dado que permite analisar o desempenho da atividade. Quanto menor a taxa de desfrute, pior é o desempenho da atividade.

Na tabela 6, podemos observar a distribuição da produção de suínos no Brasil. É possível identificar na região norte uma produção de suínos com baixos índices técnicos e que é destinada basicamente ao consumo nas propriedades. A região Nordeste, em função da instalação de alguns frigoríficos, tem melhorado seus índices técnicos, no entanto, estes continuam abaixo da média brasileira.

⁷ O desfrute é dado em percentual. A taxa de desfrute é dada pelos animais abatidos no ano, mais, ou menos a variação do plantel atual em relação ao do ano anterior, dividido pelo rebanho atual total, multiplicado por 100. O plantel é dado pelo efetivo de animais existentes na data. No caso da tabela 6 é o efetivo existente em 31/12 de cada ano.

Tabela 6 – Rebanho e abate de suínos no Brasil (1.000 cab.) e desfrute (%), por região e total do país.

Região		Ano						
		1990	1992	1994	1996	1997	1998	1999
Norte	Plantel	2,745	2,450	2,260	2,207	2,189	2,202	2,223
	Abate	1,327	1,243	1,124	1,176	1,173	1,207	1,243
	Desfrute	48,4%	50,7%	49,8%	53,3%	53,6%	54,8%	55,9%
Nordeste	Plantel	7,015	6,414	5,970	3,357	6,407	6,454	6,444
	Abate	4,187	4,511	3,705	4,339	4,489	4,691	4,686
	Desfrute	59,7%	70,3%	62,1%	68,3%	70,1%	72,7%	72,7%
Centro-Oeste	Plantel	2,287	2,224	2,272	2,253	2,332	2,423	2,533
	Abate	1,555	1,557	1,724	1,709	1,804	1,908	2,119
	Desfrute	68%	70%	75,9%	75,8%	77,4%	78,7%	83,7%
Sudeste	Plantel	4,969	4,557	4,384	4,496	4,462	4,467	4,409
	Abate	3,765	3,561	3,354	3,654	3,657	3,794	3,688
	Desfrute	75,8%	78,2%	76,5%	81,3%	82%	84,9%	83,7%
Sul	Plantel	11,439	11,475	12,005	12,495	12,706	12,981	13,262
	Abate	8,890	8,918	9,395	10,319	10,576	10,944	11,410
	Desfrute	77, 7%	77, 7%	78,3%	82,6%	83,2%	84,3%	86%
Brasil	Plantel	28,457	27,122	26,894	27,811	28,098	28,529	28,873
	Abate	19,725	19,793	19,304	21,198	21,701	22,545	23,149
	Desfrute	69,3%	73%	71,8%	76,2%	77,2%	79%	80,2%

Fonte: Plantel – dados do IBGE

Abate e desfrute: FNP consultoria – In: ANULPEC 99 – Suinocultura e Criações diversas, São Paulo, 1999, p. 338 a 343.

A região Centro Oeste tem avançado muito em termos de tecnificação da suinocultura. O plantel efetivo tem aumentado pouco nos últimos 9 anos, mas o abate teve aumento significativo, o que demonstra o bom desempenho da atividade. A região tem criado programas de estímulos de desenvolvimento da suinocultura com incentivos públicos, tanto para produtores de suínos, dentro de uma visão empresarial de produção em escala, como para frigoríficos, o que estimulou a ida de frigoríficos do sul para lá, como a Sadia, Perdigão, Frangosul e outras. Os financiamentos concedidos pelos governos

(Federal e Estaduais) para a criação de infra-estrutura de produção e abate, além de incentivos fiscais às empresas, fizeram com que as indústrias se instalassem na região.

A evolução da suinocultura no Centro Oeste é acompanhada com atenção pelos agricultores familiares do sul do Brasil, bem como pelos governos. As indústrias do sul, vendo os estímulos oferecidos pelos governos da região central do Brasil, vêem uma oportunidade de expandir a produção de carnes numa região que produz milho e farelo de soja, ingredientes essenciais na produção de suínos e aves. Os pequenos agricultores familiares da região sul, temem que os estímulos à produção de suínos no Centro Oeste e também no Nordeste, provoquem uma migração das indústrias locais. A possibilidade de instalação de grandes grupos estrangeiros de produção e abate de suínos, em função do acirramento da concorrência com os grupos nacionais, pode levar os últimos a uma maior concentração do capital e da produção, excluindo mais produtores da atividade. Isto causa apreensão entre os agricultores familiares. Já existem contatos dos governos da região com grupos Holandeses que desejam se instalar no Brasil. O BNDES, recentemente, fechou contrato de financiamento para a instalação de um grande grupo Norte Americano no cerrado, que atua na produção de suínos. A possibilidade de instalação de grupos estrangeiros que fizemos referência está se tornando fato e a preocupação dos agricultores familiares, portanto, tem fundamento.

A produção da região Sudeste está estagnada há mais de 8 anos. A tradição de produção independente de suínos e aves desta região está dando lugar a produtores integrados e à produção em escala e altamente tecnificada.

Tabela 7 – Plante; de suínos, abates (1.000 cab.) e desfrute (%) nos Estados da região Sul (anos escolhidos).

Estado		1990	1992	1994	1996	1997	1998
Rio Grande	Rebanho	3.976	3.857	3.876	3.933	4.051	4.173
	Abate	3.172	3.120	3.136	3.238	3.382	3.532
	Desfrute	79,80%	80,90%	80,90%	82,30%	83,50%	84,60%
Santa	Rebanho	3.385	3.661	4.152	4.535	4.648	4.741
	Abate	2.565	2.724	3.196	3.808	3.982	4.118
	Desfrute	75,80%	74,40%	77%	84%	85,70%	86,90%
Paraná	Rebanho	4.078	3.956	3.976	4.026	4.006	4.066
	Abate	3.151	3.073	3.062	3.273	3.211	3.294
	Desfrute	77,30%	77,70%	77%	81,30%	80,20%	81,00%

Fonte: IBGE

FNP Consultoria – ANUALPEC 99. Suinocultura e criações diversas. São Paulo, 1999.
P. 327 – 357

1. Os números referentes ao rebanho e abates são dados em 1000 cabeças.
2. O desfrute é medido em percentual.

A região Sul tem sido responsável por mais da metade da produção e abate de suínos no Brasil. Foi a única região que teve um crescimento significativo da produção na década de 90. Uma das razões está no fato de que, no Sul, estão instaladas as maiores empresas de abate do país e a outra é o aumento das exportações no período.

A tabela 7 permite analisar melhor a suinocultura na Região Sul, Estado por Estado. Ela mostra o efetivo de plantei, o abate e a taxa de desfrute de cada Estado.

O Estado de Santa Catarina foi o Estado que teve o maior aumento na produção e abate na década de 90, seguido do Rio Grande do Sul. A produção de suínos e abate no Paraná, neste período, ficou estagnada, bem como não houve grandes avanços em termos de desfrute.

A integração dos produtores nestes Estados do Sul, juntamente com os programas públicos de estímulo às atividades industriais e de produção de matéria-prima, foram decisivos para a modernização tecnológica tanto da produção como da estrutura industrial, principalmente das grades empresas.

1.11 – A estrutura de abate de suínos no Brasil

As transformações que ocorreram no sistema agroindustrial do setor de carnes, fizeram com que houvesse uma concentração do capital em torno de um número cada vez menor de empresas, principalmente, em torno das três maiores empresas privadas do setor de suínos, Sadia, Perdigão e Ceval. Basta ver as aquisições destas empresas, a partir da década de 70, como mostra Waintuch (1995). Adquiriram frigoríficos em São Paulo, Mato Grosso, Paraná, Rio Grande do Sul e recentemente a Sadia adquiriu o frigorífico Rezende em Minas Gerais. É importante salientar que o processo de concentração de capital, principalmente via aquisições e também através da construção de novas plantas, principalmente na região Centro-Oeste, como a nova unidade de abate de aves e suínos da Perdigão em Rio Verde, Goiás, ainda está em curso e as tendências indicam que deverá avançar, ainda mais, nos próximos anos. Com a concentração do capital, mudam as estratégias de concorrência nos mercados e com estas, ocorrem mudanças também na produção de suínos.

Uma noção da concentração industrial e do capital dentro do setor de carne suína, em Santa Catarina e Rio Grande do Sul, pode ser observada pelo número de frigoríficos, com inspeção federal, existentes na década de 70 e atualmente. Em Santa Catarina havia 13 frigoríficos e no Rio Grande do Sul 40. Hoje, o Rio Grande do Sul conta com 19 unidades e Santa Catarina 9 unidades de abate e processamento.

A Tabela 8, mostra parte da estrutura de abate e processamento de suínos no país. As 40 maiores empresas abatem 58,61% do total, sendo que as 4 primeiras, todas catarinenses e com unidades de produção em outros estados, são responsáveis por 31,59% do total dos abates no Brasil. Embora a Tabela 8 mostre a posição das empresas considerando apenas dois anos, pela mudança de posição, é possível identificar a tendência de consolidação das primeiras empresas no ranking, enquanto as menores tendem a ter dificuldades para manter a posição do ano de 97. Entre as 40 maiores empresas de abate temos 12 cooperativas. As 4 maiores empresas catarinenses e do país estão presentes em mais de um estado. Além das 4 maiores empresas, Santa Catarina tem mais 5, totalizando 9 empresas de abate e processamento de suínos. O Rio Grande do Sul tem 12 empresas entre as 40 maiores do país, o Paraná tem 6, São Paulo tem 6, Mato Grosso tem 2 e Minas Gerais tem 1.

Quando se analisa a estrutura de abate em nível de país, a primeira impressão é de que ela não é muito concentrada. No entanto, a concentração industrial pode ser medida por diversos critérios como a estrutura de abate, a concentração técnica do setor e domínio do mercado.

Dentro de um sistema moderno e eficiente de gestão empresarial, maior quantidade de abate significa maior capacidade de acumulação da empresa, maior facilidade de acesso a recursos externos às empresas, maior possibilidade de realização de exportações, possibilidade de entrada nas grandes redes de distribuição e maiores possibilidades de expansão destas empresas.

Tabela 8 – Abate de suínos no Brasil em 1998

Posição		Empresa	Estado onde atua	Cabeças abatidas	% sobre o total
1997	1998				
1	1	SADIA	SC-PR-RS- MG	2.566.329	11,47
2	2	PERDIG.	SC-RS	1.671.685	7,47
4	3	AURORA	SC-MS	1.416.379	6,33
3	4	SEARA (Ceval)	SC-MS	1.414.125	6,32
5	5	RIOSULENSE	SC	719.369	3,22
6	6	PRENDA	RS	406.140	1,82
9	7	FRANGOSUL	RS	342.764	1,53
10	8	COTREL	RS	332.397	1,49
13	9	AVIPAL	RS	327.512	1,46
8	10	SUDCOOP	PR	306.491	1,37
	11	FRIG. RAJÁ	SP	290.205	1,3
7	12	BATAVIA	PR	281.351	1,26
16	13	PORCOBELLO	PR	281.278	1,26
11	14	COSUEL	RS	273.675	1,22
14	15	FRIGUMZ	SC	212.309	0,95
17	16	COTRIGO	RS	166.575	0,74
	17	FRIG. SUZANO	SP	166.252	0,74
15	18	COOP. ALTO JACUÍ	RS	159.203	0,71
	19	FRIG. REZENDE	MG	153.847	0,69
12	20	CHAPECÓ	SC	149.149	0,67
14	21	PALMALI	PR	132.086	0,59
	22	COOP. CASTILH.	RS	117.464	0,53
	23	FRIG. ITAPECIRICA	SP	112.513	0,5
19	24	COOP. SERRANA	RS	108.293	0,48
20	25	COOP. SANANDUVA	RS	104.729	0,47
	26	INTERCOOP.	MT	101.000	0,45
26	27	FRICASA	SC	90.144	0,4
22	28	AGRA	MT	78.148	0,35
21	29	GUARUJÁ ALIMENT.	SC	71.985	0,32
25	30	COOP. LANGUIRÚ	RS	71.660	0,32
23	31	FROG. LARISSA	PR	69.401	0,31
28	32	COOPAVEL	PR	66.983	0,3
27	33	FRIG. BAUMHART	RS	57.996	0,26
	34	FRIG. PONTAL	SP	55.622	0,25
	35	GRUPO MARISTELA	SP	54.088	0,24
24	36	BEL PALADAR	PR	48.237	0,22
29	37	AVIC. IBEMA	PR	35.478	0,16
33	38	FRIG. BASSANENSE	RS	34.377	0,15
	39	MARCHIORI	SP	30.853	0,14
	40	BOG FRANGO	PR	30.853	0,14
SUBTOTAL				13.108.944	58,61
OUTRAS				9.257.439	41,39
TOTAL				22.366.383	100

Fonte: ABIPECS

In: Boletim Informativo da Assoc. Brasileira de Criadores de Suínos – ABCS (1999)

No aspecto técnico, a maior capacidade de acumulação e de acesso a recursos, permite às grandes empresas o acesso a tecnologias modernas de produção, tanto na produção de matéria-prima, como no processamento industrial de novos produtos para o mercado. O acesso e o domínio de tecnologias por um pequeno grupo de grandes empresas permitem o domínio absoluto do mercado de alguns produtos industrializados de alto valor agregado, que exigem tecnologia sofisticada de produção. É o caso dos apressados e dos defumados e dos pré-processados, como empanados, hamburger, ou ainda, produtos industrializados, cuja tecnologia está acessível a todas as empresas, mas são apresentados em embalagens especiais, que exigem equipamentos especiais, onde poucas empresas como Sadia, Perdigão, Ceval (Seara) e algumas outras, passam a dominar o mercado destes produtos, dentro de uma estrutura de oligopólio. Estas grandes empresas passam a ditar o padrão de concorrência e a organização na cadeia, de acordo com suas estratégias de mercado.

Em 1998, as duas principais empresas privadas que atuavam no setor de carne suína e de aves, no Brasil, eram responsáveis por quase 80% do mercado de carnes congeladas, Perdigão (31,2%), Sadia mais de 45%. Nos produtos industrializados de carne, a Perdigão detinha a participação de 22% e a Sadia 24,8% somando 46,8% do total, de acordo com a Gazeta Mercantil (suplemento, 30 06/1999 : 64-66;74-76).

1.12 – O complexo agroindustrial de carnes no Rio Grande do Sul

No Rio Grande do Sul a reestruturação do setor agroindustrial de carnes ocorreu nos moldes do sistema nacional, com algumas particularidades. Na década de 70, com o declínio do comércio internacional de carnes, alguns frigoríficos transnacionais como o

Swift e Armour, exportadores de carne bovina, juntaram-se formando o Swift-Armour, que continuou abatendo bovinos e, em 1985, encerrou suas atividades.

A impossibilidade de se adaptar à legislação federal de abate nos anos 70, em função da necessidade de investimentos para atender as exigências, provocou o fechamento de médios frigoríficos de abate, tanto de suínos como de bovinos. Em 1972, ocorreu a centralização da inspeção dos produtos agropecuários, coincidindo com a centralização e repressão política. A ordem era se adequar à legislação. Até então, uma inspeção mais rigorosa era feita, apenas, nos produtos de exportação. É neste período, também, que é posto em marcha um programa de fortalecimento agroindustrial, visando selecionar e fortalecer as indústrias nacionais. Aqueles que conseguiram se adequar à legislação, fazem parte da estrutura atual de abate com inspeção federal. Parte destes frigoríficos, pertencem a cooperativas de produção.

Esta estrutura de abate não sofreu grandes mudanças até meados dos anos 80 e início dos anos 90. No setor de carne bovina, não houve grandes modificações, inclusive nos anos 90. Entretanto, no setor de suínos e aves ocorreram profundas transformações. De um lado, tivemos a entrada de empresas nacionais fortes, como a Perdigão e a Sadia que fizeram aquisições, modernizaram e ampliaram plantas, estimularam a modernização e concentração da produção. A Sadia investiu em suínos e a Perdigão em suínos e aves. Algumas empresas gaúchas, sob a pressão da concorrência e aproveitando os recursos públicos disponibilizados, modernizaram-se e ampliaram a produção como a PRENDA, que atua em suínos, a Frangosul e Cia Minuano que atuam em aves, a COTREL que ampliou a produção e abate de suínos e entrou na produção de aves. A COSUEL é expressiva no abate de suínos e, ao longo do tempo, reestruturou a produção e o abate.

De outro lado, a partir do final dos anos 80, num movimento de ocupação de espaços de mercado deixados por empresas de atuação regional que foram incorporados por grandes empresas e que passaram a direcionar seu mercado para grandes centros e para a exportação e pela própria impossibilidade das grandes empresas em ocupar determinados mercados, surgiu uma quantidade significativa de pequenas unidades de produção e processamento de produtos cárneos, principalmente suínos e bovinos. Elas detêm parcela considerável do mercado, principalmente no pequeno e médio varejo, como mostra a pesquisa de campo.

Embora os 10 maiores frigoríficos do Estado abatem 49% do total, atualmente, o setor de carnes bovina, possui uma estrutura de abate bastante pulverizada. Existem em atividade, no Estado, 171 estabelecimentos registrados para abate de bovinos sob inspeção Federal e Estadual. São 22 com inspeção federal, 149 com inspeção Estadual e aproximadamente, 150 abatedouros com inspeção municipal, sem contar as micro estruturas de abate sem inspeção. Segundo o Conselho Regional de Medicina Veterinária do Rio Grande do Sul *apud* Benetti et alii (1998), as estruturas de abate municipal, para fins comerciais, situam-se próximo a 1000 unidades.

O setor de aves é recente no estado do Rio Grande do Sul. Iniciou na década de 70, mas é nos anos 90 que ganha impulso e importância econômica. De acordo com Benetti et al.(1998), entre 1988 e 1997, o abate cresceu a uma taxa média anual de 9,7%, passando de 172 milhões de cabeças em 1988, para 436 milhões, em 1997. É um setor cujo abate é concentrado. Existem 28 empresas que atuam no setor, com inspeção Federal e Estadual, no entanto, 4 empresas detêm 80% do abate e comercialização.

Em relação ao setor de carne suína e derivados podemos dizer que a estrutura de abate no Estado é pulverizada. Porém, há uma tendência à concentração no espectro das médias e grandes empresas, ao mesmo tempo em que aumenta o número de pequenas empresas formais e informais. Indústrias tradicionais, de médio porte, que atuam há muito no mercado têm plantas defasadas, falta de recursos para investimentos e alto grau de endividamento. Estes problemas afetam empresas privadas e cooperativas e foram o motivo de fechamento de algumas. Para se ter uma idéia da tendência à concentração, segundo Marchetti et alii (1995), no ano de 1976, havia no Estado do Rio Grande do Sul 40 indústrias de produtos suínos que abatiam sob inspeção federal⁸ e, em 1995, restavam somente 23 estabelecimentos em funcionamento. Neste período, de 1976 a 1995, muitas indústrias fecharam, outras foram incorporadas.

Atualmente, o Estado possui uma estrutura de abate de suínos distribuída da seguinte forma: 19 indústrias sob inspeção federal, sendo que, em 1998, as 6 maiores empresas abatiam e processavam 77% do total SIF (Sistema de Inspeção Federal), o que equivale a 63% do total dos abates realizados no ano. Entre as 6 maiores estão 2 cooperativas, a Cosuel (Cooperativa dos Suinocultores de Encantado Ltda) e a Cotrel (Cooperativa Tritícola Erechim Ltda), que abatem entre 25 e 30 mil cabeças/mês/cada, e 6ª e 5ª colocadas no ranking do Estado, respectivamente. As outras são Perdígão – Marau (1ª), Prenda (2ª), Frangosul (3ª) e Sadia – Três Passos (4ª). As indústrias sob inspeção federal abateram, em 1998, 2.929.993 cabeças de suínos, segundo o SIPS-RS (Sindicato da Indústria de Produtos suínos do Rio Grande do Sul – 1999)).

⁸ O decreto lei 69.502 de 5-11-1971 e lei n° 5.760 de 3-12-1971 atribuía competência exclusiva ao Ministério da Agricultura em matéria de inspeção de produtos de origem animal e vegetal. inclusive os produzidos e comercializados no âmbito Municipal e Estadual. Era a federalização e centralização da inspeção.

Fazem parte da estrutura de abate de suínos, 83 abatedouros e frigoríficos com Inspeção Estadual, 12 destes abatem somente suínos, os demais abatem também, bovinos e alguns abatem ovinos. Em 1998 foram abatidos 196.998 suínos sob inspeção estadual, de acordo com a Secretaria da Agricultura e abastecimento – Serviço de Inspeção Estadual (1999). O abate sob inspeção estadual representou 5,57% do total.

Existia uma rede municipal de abatedouros, legalizados, com SIM (Sistema de Inspeção Municipal) composta por 156 unidades espalhadas pelo Estado, no ano de 1999, de acordo com FAMURS – Federação das Associações dos Municípios do Rio Grande do Sul (1999) – Relação dos abatedouros e frigoríficos nos municípios do RS.

Quando se faz uma confrontação dos dados de abate total, Tabela 7, e destes subtraem-se os dados de abate SIF e SIE, observa-se que sobram 400.000 suínos que são abatidos em estabelecimentos sob inspeção municipal ou por algumas indústrias informais. Isso representa 11,5% do total.

Soma-se a esta estrutura com inspeção, os abates nas propriedades, para consumo familiar e venda de excedentes. Os dados do Censo de 1996 mostravam a existência de suínos em 275.515 estabelecimentos, dos quais, 248.000 abatiam para consumo próprio e, alguns destes vendiam parte dos produtos processados na propriedade. O abate nas propriedades rurais representava um total de 960.000 cabeças em todo o estado. Considerando o abate nas propriedades estável, em 1998, representaria 27% de todo o abate.

1.13 – O mundo da produção de suínos no Estado do Rio Grande do Sul.

O Rio Grande do Sul é marcado por uma heterogeneidade sócio-econômica muito grande. O início da ocupação das terras pelos europeus deu-se através de espanhóis e portugueses, a partir do século XVI, os quais ocuparam as áreas menos acidentadas do Estado, ou seja, a região Oeste e região Centro-Sul, onde se estabeleceram as grandes fazendas de criação de gado. Os espanhóis e portugueses apropriaram-se de terras pertencentes aos índios de diversas tribos, entre eles os Guaranis⁹.

A região litorânea foi colonizada por imigrantes açorianos e portugueses. O vale do Rio dos Sinos foi o local onde no século XIX, mais precisamente a partir do ano de 1825, estabeleceram-se os imigrantes alemães. Seus descendentes, posteriormente, migraram para outras regiões do Estado. A Serra Gaúcha foi colonizada por imigrantes italianos, a partir de 1875, e que mais tarde, ocuparam outras regiões do Estado, principalmente o Norte e a região central do Rio Grande do Sul. Outras etnias também se estabeleceram no Estado. Entre elas citamos a Polonesa, a Ucraniana e a Judaica.

A maioria dos colonos italianos e alemães, bem como seus descendentes, tinham na agricultura sua principal forma de sobrevivência. O sistema de exploração da terra estava baseado na pequena unidade de produção familiar. As famílias numerosas e a pouca disponibilidade de terra fizeram com que os descendentes destes imigrantes buscassem novas fronteiras agrícolas, ao longo do tempo. Essas migrações internas deram origem a colonização da região onde realizamos a pesquisa de campo (ver mapa em anexo). Essa região foi colonizada, basicamente, por imigrantes italianos, e principalmente, por seus descendentes.

⁹ Flores. M. Colonialismo e Missões Jesuíticas no Brasil. Podo Alegre. Nova Dimensão/EST (instituto de Cultura Hispânica do RS. 1986. 2^o ed. 160p.

As formas de ocupação do território do Estado, em épocas distintas, bem como as condições geográficas regionais, deram origem a uma estrutura fundiária marcada por grandes diferenças em relação à propriedade e posse da terra. Essas diferenças se consolidaram no tempo.

A estrutura fundiária, aliada a questões culturais, econômicas e políticas deram origem a atividades e sistemas de produção diferentes, nas diferentes regiões do Estado. Esses fatores levaram a uma dinâmica econômica, social e de desenvolvimento, diferenciada e que ainda está presente no estado do Rio Grande do Sul.

Na região onde predominava a grande propriedade, a criação de gado prevaleceu. Na região onde se desenvolveu a pecuária extensiva, posteriormente, desenvolveram-se também as grandes lavouras de arroz, trigo e/ou soja.

Nas regiões colonizadas por imigrante italianos e alemães e seus descendentes predominou a atividade agropecuária diversificada, em regime de exploração familiar. O trabalho familiar, inicialmente, tinha a função de proporcionar a subsistência da família, com venda do excedente da produção. Dentre as atividades desenvolvidas estavam a produção de trigo, milho, suínos, bovinos para trabalho, produção de leite e derivados. Os colonos cultivavam produtos para subsistência e mais tarde passaram a cultivar, também a soja.

Afirmamos, anteriormente, que existem grandes diferenças na estrutura fundiária do Estado. Para se ter uma noção das diferenças na estrutura fundiária, basta analisar os dados do Censo agropecuário de 1995-96. Por ocasião do censo, o Estado possuía 429.958 estabelecimentos rurais. Do total, mais de 85% possuíam menos de 50 hectares e ocupavam em torno de 24% das terras do Estado, sendo que 150.679 estabelecimentos, ou seja, 35% do total tinham área inferior a 10 hectares e ocupavam 3,41% da área. Os

estabelecimentos com área acima de 1000 hectares, representavam 0,85% do total e ocupavam 26,67% do total da terra.

Apesar da distribuição desigual da terra no Estado, a produção agropecuária está assentada sobre a pequena propriedade, que explora a terra com mão-de-obra familiar. As propriedades com menos de 50 hectares são responsáveis, segundo dados do Censo agropecuário de 1995-96, pela produção de aproximadamente, 83% do feijão, 95% do fumo, 90% da mandioca, 60% do milho, 33% da soja, 33% do trigo em grão, 77 % da erva-mate, 90% do vinho, 80% do leite produzido e comercializado, 90% das aves produzidas e 80% dos suínos comercializados.

Em termos de ocupação de mão-de-obra, as atividades agropecuárias no estado do Rio Grande do Sul ocupavam 1.377.022 pessoas, segundo estatísticas do IBGE- Censo 1995 – 96, sendo que deste total, 1.180.224 pessoas (493.417 mulheres e 686.807 homens), era mão-de-obra familiar. Da mão-de-obra familiar ocupada, 1.037.000 pessoas encontravam-se em estabelecimentos de até 50 hectares.

O Estado do Rio Grande do Sul possuía uma população urbana de 7.579.977 habitantes, 78,67% do total, a população rural é de 2.054.711 habitantes, representando 21,33% do total. Tomada a população rural total e a população rural ocupada levantada pelo Censo Agropecuário – IBGE (1995 – 96), dividida pelo total dos estabelecimentos, temos uma média de 4,78 pessoas/estabelecimento e 3,2 pessoas ocupadas por estabelecimento, respectivamente.

A suinocultura, no Estado, esteve sempre ligada aos colonos italianos e alemães. E foi nas regiões colonizadas por estes imigrantes que ela se desenvolveu, principalmente, rias regiões de Lajeado-Estrela, Guaporé, Passo Fundo, Erechim e Sananduva e também na região Noroeste do estado, mais precisamente nas microrregiões de Santa Rosa e Três Passos¹⁰. Outras regiões do Estado também produzem suínos em menor quantidade.

Afirmamos no desenvolver deste capítulo que a suinocultura, inicialmente, era uma atividade de subsistência e depois passou a ser fonte de renda. A banha foi o principal produto derivado dos suínos até o final da década de 50 e início da década de 60. A maior parte dos suínos eram abatidos nas propriedades, onde era extraída a banha e comercializada. A banha era consumida parte nas propriedades, parte no mercado local, nas cidades da região e parte era levada para outros estados, chegando até São Paulo.

O sistema de produção de suínos, até os anos 70, era um sistema independente (autônomo) de produção, onde a alimentação era produzida quase toda na propriedade. A maior parte das pequenas propriedades criava suínos.

A agricultura ao longo das últimas quatro décadas, tem sofrido profundas transformações em função da mudança da base técnica de produção, da criação dos complexos agroindustriais (à montante e à jusante) e da mudança das relações de produção no meio rural, destacando-se neste aspecto as integrações e “parcerias” entre pequenos agricultores e as agroindústrias, principalmente, nas cadeias de suínos e aves. As transformações ocorridas, aliadas a abertura econômica do país que iniciou nos anos 80 e se intensificou nos anos 90, que permitiu e estimulou a entrada de novos capitais na agricultura, trazendo novas tecnologias, novas formas de produção que privilegiaram a

¹⁰ Para visualizar as microrregiões do Estado do Rio Grande do Sul, bem como a região objeto de estudo (16 municípios). ver mapa do Estado. em anexo.

produção em escala, a qualidade dos produtos e da matéria-prima, a “competitividade” e que exigem grande aporte de capital, tiveram grande impacto sobre a agricultura.

Essas mudanças fizeram com que parte significativa dos pequenos agricultores familiares tivessem sérias dificuldades para “competir” e permanecer neste ambiente de concorrência severa na cadeia de suínos. Muitos foram excluídos dos circuitos das grandes cadeias e mercados, obrigando-os a buscar fontes alternativas e/ou marginais de renda, às vezes dentro da própria cadeia de suínos. Aqui encontram-se, por exemplo, os produtores que abatem para consumo e vendem parte dos produtos para obter renda para as famílias.

Apesar da tendência de domínio do mercado por parte das grandes empresas integradoras de suínos, o Estado do Rio Grande do Sul possui uma rede de abatedouros e frigoríficos que retardaram e amenizaram, ao longo do tempo, o processo de exclusão de pequenos agricultores. Sob o aspecto social, esse “atraso” no processo de integração da produção foi “benéfico” para a agricultura familiar, uma vez que permitiu a muitos pequenos produtores permanecerem na atividade de produção de suínos, produzindo de forma “independente”.

Estas mudanças fizeram com que parte significativa dos pequenos agricultores familiares tivessem sérias dificuldades para “competir” e permanecer neste ambiente de concorrência severa na cadeia de suínos, como veremos no terceiro capítulo ao abordar a evolução do número de produtores de suínos ao longo do tempo. Muitos foram excluídos dos circuitos das grandes cadeias e mercados, obrigando-os a buscar fontes alternativas e/ou marginais de renda, dentro da cadeia ou fora dela.

As estatísticas do IBGE – Censo 95-96, como já colocamos, indicavam a existência de 275.515 estabelecimentos que criavam suínos no Estado, com um plantel efetivo de 3.933.000 cabeças que comercializavam em torno de 5.160.000 cabeças/ano (incluindo leitões) representando um valor de comercialização de R\$ 278.000.000,00.

1.14 – O consumo de carne suína no Rio Grande do Sul

Os espaços de inserção da agricultura familiar na produção de suínos, depende do mercado para esta produção e depende do consumo. Como veremos no terceiro e quarto capítulos, a ampliação dos espaços de inserção na produção de suínos está na dependência da sobrevivência e da capacidade de concorrência, nos mercados, das pequenas e médias empresas, com atuação local e regional, mais do que das grandes empresas integradoras. Neste sentido, é importante analisar, um pouco, o consumo de carne suína e derivados dentro do ambiente de atuação destas pequenas e médias indústrias, no Estado do Rio Grande do Sul.

A questão do consumo é um pouco controversa, entretanto, pretendemos analisar o mesmo a partir dos dados da POF – IBGE das regiões metropolitanas, dos dados do Censo Agropecuário de 1995 –1996, destacando o abate nas propriedades rurais e a comercialização informal e, ainda, utilizaremos os dados de Spohr et al. (1996) utilizados para cálculo do valor da produção de carnes e derivados de suínos no Estado do Rio Grande do Sul. Através da conjugação das informações disponíveis pretende-se mostrar o consumo efetivo de carne e derivados de suínos no Estado.

A Tabela 9 mostra o consumo de carnes em diversas regiões metropolitanas do Brasil, mais precisamente, em nove regiões. Destacamos nestes dados o consumo da região metropolitana de Porto Alegre.

Tabela 9 – Consumo de carnes e derivados de suínos, bovinos, aves e peixes, per capita/ano, ano de 1996, nas principais regiões metropolitanas do Brasil.

Região Metropolitana	Espécie				Consumo Total
	Suína	Bovina	Aves	Peixe	
Belém	431	36,64	27,84	13,96	82,75
Belo Horizonte	14,17	17	17,89	1,53	50,59
Curitiba	12,23	23,78	18,13	1,79	55,93
Fortaleza	5,46	17,77	20,21	4,12	47,56
Porto Alegre	10,76	28,25	19,92	1,45	60,38
Recife	5,56	20,8	19,05	4,25	49,66
Rio de Janeiro	10,91	17,56	16,35	3,43	48,25
Salvador	5,71	23,78	20,45	4,6	54,54
São Paulo	10,01	23,04	16,59	2,48	52,12

Fonte: tabela elaborada com base nos dados da POF – IBGE, ano de 1996.

Ao analisar os dados da POF – IBGE de 1987, comparando-os ao consumo levantado pela POF – 1996 (Tabela 9), na região da grande Porto Alegre, verificamos um aumento no consumo de carnes *per capita*. No entanto, houve um decréscimo de 2,51% no consumo de carne bovina no período. Porém, ainda é a carne mais consumida pela população da região metropolitana. Enquanto isso, no mesmo período, o consumo de carne de frango aumentou em torno de 21% e o consumo de carne suína e derivados teve aumento aproximado de 25%. A pesquisa de Orçamento Familiar (POF) – IBGE mostra que, entre 1987 e 1996, o consumo de carne suína e derivados, na região da grande Porto

Alegre, teve um aumento médio anual de 2,82%, a carne bovina teve um decréscimo 0,27% ao ano e a carne de frango teve um incremento médio anual de consumo de 2,37%. O total do consumo de carne suína e derivados, carne bovina, aves, vísceras e peixes chegou a 61,02 Kg *per capita*/ano. A carne suína representou 17,63% do total das carnes consumidas, alcançando 10,76 kg *per capita*, ou seja, 1/3 do consumo no meio rural.

Quando tomamos os dados de abate de suínos nas propriedades, conforme o Censo Agropecuário – IBGE de 1995 – 1996, verificamos que foram abatidos 960.000 suínos e, deste abate, resultou mais de 60.500 t de produtos.

Retirando, do total dos produtos suínos produzidos no meio rural, as vendas realizadas pelos agricultores e, dividindo a quantidade resultante pela população rural, chegamos a um dado de consumo *per capita* aproximado, no meio rural, de 30 kg de carne suína e derivados.

Afirmamos que o consumo de carne suína e derivados é maior no Sul do Brasil que em outras regiões, embora os dados de consumo da região metropolitana de Porto Alegre sejam relativamente baixos. Tendo em vista que uma parcela considerável da população do estado descende de italianos e alemães, talvez a origem das imigrações possa explicar, em parte, este consumo maior consumo, uma vez que, a Itália e Alemanha são grandes consumidores de carne suína.

O consumo no meio rural é maior que nas cidades, no Estado. Ele diminui com o aumento do tamanho das cidades. Ao contrário da tendência européia no processo de urbanização e, seguindo a tendência do Brasil, o processo de urbanização modificou os hábitos de consumo de carne suína e derivados.

SPOHR et al. (1996), com o intuito de calcular o ICMS dos produtos suínos comercializados no Estado, fez um levantamento da carne de suínos *in natura* vendida no estado do Rio Grande do Sul, em 1995, que totalizou 88.403.116 kg. Os produtos industrializados comercializados alcançaram 53.818.581 kg. E os demais produtos suínos que não se enquadram nas categorias anteriores, representaram 24.554.101 kg. Somados estes dados chega-se a um consumo *per capita* de 17,3 kg de produtos suínos.

Somando os dados de SPOHR et al. (1996), utilizados para realizar o cálculo do ICMS gerado na comercialização de produtos suínos, aos de abate nas propriedades rurais para consumo e comercialização, levantados pelo Censo Agropecuário 1995 – 1996, veremos que o consumo de produtos suínos, no Estado do Rio Grande do Sul, elevar-se-á para 23,50 kg *per capita*, aproximadamente. Este dado, capta um pouco da questão do abate e comercialização informal de suínos que, sem dúvida, é maior do que os dados oficiais mostram, como veremos no quarto capítulo, no estudo de caso.

Um aspecto importante é o fato de a carne *in natura* representar 55 % do total do consumo. Estes dados mostram que, no Sul do Brasil e, especificamente no Rio Grande do Sul, o hábito de consumo se assemelha ao dos países europeus, onde a maior parte do consumo de produtos suínos é carne *in natura*. Evidentemente que em termos quantitativos o consumo fica aquém do europeu.

A estratégia de mercado das grandes empresas, em nível de país, prioriza a industrialização como forma de agregação de valor para os produtos, o que encarece os mesmos e exclui uma camada considerável de consumidores. Os produtos industrializados representam entre 70 a 80% do total dos produtos suínos produzidos e comercializados pelas grades indústrias do setor. De acordo com Pinazza e Alimandro (1998), “enquanto a maior parte de derivados de suínos, na Europa e outros países de alto consumo como a

China e Rússia, são carnes, no Brasil, 70% dos produtos são industrializados e apenas 30% são vendidos *in natura*, carnes, vísceras e outros”.

Associado à questão dos preços dos produtos industrializado serem mais elevados que o preço dos produtos *in natura*, como a carne, há um outro aspecto levantado por SPOHR et al. (1996), que é a margem ou *mark-up*¹¹ da agroindústria e do varejo. Ao referir-se ao varejo, no caso, o autor está fazendo menção à grande distribuição, grandes supermercados. Para se ter uma idéia, esta margem variou de 39 a 46% nos últimos meses de 1994. De janeiro a setembro de 1995, subiu para uma média próxima a 80%. Para determinar o *mark-up*. Spohr et al. tornaram como base produtos *in natura*: pernil, paleta, costela e lombinho. Esta margem tende a estreitar-se entre a agroindústria e varejo e manter-se ou até se ampliar, do varejo para o consumidor. Além do mais, os preços de promoção da indústria, dificilmente são repassados ao consumidor. As promoções das grandes redes de distribuição não incluem, ou raras vezes incluem, carnes e produtos suínos nas promoções.

A margem do varejo para o consumidor, aliada à renda de uma camada da população, principalmente em grandes e médios centros urbanos, limitam o consumo de carnes de um modo geral e de suínos em particular.

Em relação às tendências de consumo de carne suína e derivados, as entrevistas realizadas com os varejistas na região pesquisada, citada no capítulo quatro, mostraram que nos dois últimos anos (1997 – 1998) houve aumento de consumo de carne suína e derivados, 90% dos varejistas entrevistados responderam que houve aumento de consumo, 10% responderam que o consumo se manteve estável.

¹¹ O *mark-up* é definido como o produto da diferença entre o preço de venda (pv) menos o preço de compra (pc) por 100%. $[(pv - pc) / pc \cdot 100\%]$.

Entre os produtos que tiveram aumento de consumo, 60% dos varejistas apontaram a carne in »atura, 40% disseram que houve aumento no consumo de mortadela e salsichão, principalmente salsichão estilo colonial, 30% acusaram aumento no consumo de salame colonial, 20% apontaram o aumento no consumo de presunto e apresuntados. O aumento no consumo de presunto e apresuntados, de acordo com os distribuidores, ocorreu num estrato da população de faixa de renda mais elevada.

Houve também, no período, produtos cujo consumo diminuiu. Entre estes destacamos o salame industrial, ou seja, aquele fabricado pelas grandes e médias indústrias, além de algumas marcas de salsichão. Normalmente são produtos de alto valor agregado.

Entre as causas da redução no consumo dos produtos, 40% dos distribuidores apontaram o preço elevado dos produtos, 30% disseram que a oscilação de renda dos consumidores era a responsável pela queda no consumo destes produtos e alguns distribuidores disseram não saber o motivo da redução no consumo destes produtos.

Um aspecto importante, quando se trata de consumo de carne suína, como veremos no capítulo quarto, parece ser a diminuição do preconceito contra a carne suína, que associa o produto ao colesterol e a problemas de saúde. Isso é mais visível entre os consumidores de cidades menores, mas pode ser observado também em regiões metropolitanas. As campanhas publicitárias mostrando que a carne suína é produto saudável, parece que trazem resultados positivos em termos de consumo.

Apesar dos problemas macroeconômicos do país, principalmente nos últimos dois anos, que resultaram em recessão, desemprego, queda do poder aquisitivo dos assalariados, queda na renda rural, todos os distribuidores disseram que o setor de carnes,

juntamente com o setor de produtos de limpeza, foram os maiores responsáveis pelo lucro dos estabelecimentos.

Em relação a carnes de um modo geral, os estabelecimentos informaram que, enquanto o consumo de carne bovina manteve-se estável nos anos de 1997 e 1998, cresceu o consumo de carne suína e derivados e carne de aves.

2. ALGUNS ASPECTOS TEÓRICOS DA DISSERTAÇÃO

2.1 – Introdução

Para a análise da dinâmica e dos espaços de mercado para a inserção da agricultura familiar, partimos de uma visão de cadeia que, ao longo do tempo, sofreu transformações profundas como veremos no decorrer do desenvolvimento da tese. Estas transformações afetaram profundamente a inserção da agricultura familiar em determinadas cadeias, e em especial a de suínos, onde está centrado o foco de análise. Uma série de relações se estabelecem, ao longo da cadeia, entre os diversos agentes e que, dos desdobramentos destas relações e das transformações dos complexos agroindustriais, agricultores são marginalizados no processo de produção e vão buscar formas de sobrevivência em outras cadeias ou outras atividades, que não sejam a simples produção de matéria-prima. Aqui se encontram os agricultores que se estruturam para o abate e processamento de suínos através de pequenas agroindústrias formais ou informais. Alguns produtores adequam-se e atendem às exigências das grandes empresas integradoras, que formam uma estrutura oligopolizada, outros continuam produzindo de maneira “independente”, comercializando para pequenas e médias empresas, ou mesmo para as indústrias integradoras, em alguns casos.

Como resultado do processo de transformação da agroindústria em nível global e interno, temos uma concentração do setor, onde um número cada vez menor de empresas domina fatia considerável do mercado, tanto no abate como no processamento, principalmente, dentro de algumas linhas de produtos de alto valor agregado, assim como, dominam o abastecimento de grandes redes de distribuição, dentro de uma estrutura oligopolizada. Isso não significa que o mercado que passa à margem das grandes empresas seja insignificante ou tenda a desaparecer, ao contrário, ao mesmo tempo em que se observa o desaparecimento de empresas médias, que produzem produtos similares aos das grandes, porém em menor escala e, conseqüentemente, com custos de produção maiores, se constata o surgimento de milhares de pequenas empresas formais ou informais, com características próprias, que conseguem concorrer no mercado.

Este capítulo pretende enfocar alguns aspectos teóricos que servirão de base para analisar a dinâmica, as transformações, o rearranjo dos espaços de mercado e dos atores na cadeia de suínos. Na primeira parte, de forma resumida, faremos uma abordagem sobre o entendimento de agricultura familiar e cadeia de produção. Posteriormente, faremos uma exposição sobre oligopólios, evolução do conceito e, tipos, identificando-os na cadeia de suínos. Na última parte deste capítulo, analisaremos as pequenas empresas formais e informais e os mercados que se desenvolvem à margem dos grandes oligopólios, que se criam e mantêm na base de relações sociais. Utilizaremos elementos de relações sociais para a análise dos mercados não oligopolizados.

2.2 – O entendimento de agricultura familiar e cadeia de produção

Ao longo do trabalho fazemos referências à agricultura familiar e, inevitavelmente, entramos na discussão do conceito de agricultura familiar. Embora este não seja o centro da discussão da tese, faz-se necessária uma definição, um enquadramento rápido do que se entende por agricultura familiar.

O tema agricultura familiar nos remete às formas de produção agrícola, entre elas a exploração familiar da unidade de produção. “A exploração familiar, corresponde a *uma* unidade de produção agrícola onde a propriedade e trabalho estão intimamente ligados à família” (Lamarche, 1993 : 15).

Quando se faz menção à agricultura familiar, ao longo da dissertação, na verdade, faz-se referência a um tipo de agricultura que é marcado por um acentuado grau de heterogeneidade. Abriga-se, sob esta denominação, um espectro de agricultores que varia desde a produção para a subsistência, até agricultores plenamente inseridos nos mercados. Ao fazer referência à agricultura familiar estaremos falando de todo o espectro de tipos, sem entrar na questão de quanto e o que produzem.

É importante destacar, como poderemos ver ao longo do trabalho, que uma das principais características da agricultura familiar é a sua flexibilidade e capacidade de se adaptar a muitos condicionantes diferentes. Outra característica é o uso de mão-de-obra familiar para o desenvolvimento das atividades, sejam elas de subsistência ou com finalidade econômica. A contratação de mão-de-obra, nas propriedades familiares, é eventual. A terra e o trabalho estão ligados à família, numa relação quase simbiótica. Os dados do Censo Agropecuário – IBGE (1995-96) mostram que, menos de 7% dos estabelecimentos agrícolas, nos 16 municípios pesquisados para elaboração da tese,

recorrem à contratação de mão-de-obra. Na região em questão predomina a agricultura familiar.

Temos consciência que a discussão sobre a agricultura familiar não se esgota no aspecto da sua inserção ou não nos mercados. Ela não pode ser tratada apenas do ponto de vista econômico. Existe uma série de fatores e especificidades que determinaram a sua sobrevivência ao longo do tempo, e que não são fatores, somente e necessariamente econômicos. Entretanto, enfocaremos ao longo da dissertação, o aspecto da dinâmica na cadeia de suínos e as formas de como a agricultura familiar e outros atores tentam se adaptar e resistir às ameaças de exclusão do processo de produção e do mercado.

Ao analisar a dinâmica dos mercados, nos reportaremos à cadeia de produção. Evidentemente, a noção de cadeia não capta todas as relações, econômicas e sociais que se estabelecem entre os diversos agentes (múltiplos e heterogêneos) e que determinam a dinâmica dos mercados, no entanto, pretendemos analisar alguns agentes da cadeia, onde, do comportamento destes, os espaços de mercado para a agricultura familiar se ampliam ou reduzem.

Para caracterizar o que é uma cadeia de produção utilizaremos a definição de Fabre (1998), que está embasada em estudos de Vigorito (1978). Ele denomina cadeia de produção ao conjunto de agentes (ou fração de agentes) econômicos que incidem diretamente na elaboração de um produto final. A cadeia descreve assim a sucessão de operações que, partindo de uma matéria-prima – ou produto intermediário – finaliza depois de diversos níveis de processamento / valorização, em um ou vários produtos acabados em nível de consumidor. Concretamente, se entende por cadeia de produção agropecuária “o conjunto de agentes (ou fração de agentes) econômicos que contribuem

diretamente para a produção, processamento e distribuição, até o mercado de consumo, de um mesmo produto agrícola (ou animal)”.

As referências à agricultura familiar e cadeia de produção, portanto, para efeito do trabalho de tese, têm o sentido e a caracterização que acabamos de fazer.

2.3 – As estruturas de mercado

A teoria microeconômica tradicional analisa as estruturas de mercado considerando a existência de quatro formas de mercado: a *concorrência perfeita ou pura*, a *concorrência imperfeita ou monopolística*, o *monopólio* e o *oligopólio*, que, por sua vez, é classificado de diversas formas. A tipologia das estruturas é baseada, principalmente, nas características do produto e no número de produtores.

Embora se reconheça que se possa encontrar traços e características de estruturas de mercado próximas aos mercados concorrenciais puros, dentro das diversas cadeias de produção, como na produção de olerícolas e comercialização direta a consumidores, e ainda, que se possa encontrar, também, formas que se assemelham a monopólios, como por exemplo a produção inicial de um novo produto industrial, onde uma só empresa produz e comercializa, acreditamos ser a estrutura dos oligopólios a que mais pode nos oferecer subsídios, dentro da teoria econômica, para o embasamento da tese.

Na primeira etapa da cadeia, ou seja, no processo de produção de matéria-prima, temos uma estrutura de mercado, onde existem muitos produtores, o que poderia caracterizar um mercado concorrencial, porém, a compra da maior parte da matéria-prima é feita por um número pequeno de grandes empresas, o que caracteriza um oligopsônio, embora tenha no mercado um número considerável de empresas compradoras.

A tendência à oligopolização do processamento de matéria-prima, como resultado do processo de transformação da estrutura industrial, tem desdobramentos sobre a agricultura familiar, que é o principal agente produtor de suínos para a indústria, além dos desdobramentos sobre a própria etapa de processamento da cadeia. Com a concentração industrial há um processo de concentração da produção de matéria-prima, por imposição da indústria, como parte da estratégia de atuação no mercado, ou seja, menos produtores produzem a mesma quantidade, ou mais, de matéria-prima em relação a um setor menos concentrado. Na etapa de industrialização, o processo de concentração industrial também tem implicações. Poucas empresas líderes, oligopolizadas, impõem um padrão de concorrência e barreiras que limitam os espaços à entrada de novas empresas no mercado.

Ao analisar a história do desenvolvimento do capitalismo industrial pode-se observar que este passa por diversas fases. Nas origens do moderno capitalismo industrial não havia a concorrência individual. Hermann Levy, *apud* Labini, (1980) diz que a origem do moderno capitalismo caracterizou-se por monopólios em muitas das novas produções e por um domínio capitalista sobre as corporações de ofício, através de *uma* das diversas modalidades do sistema de trabalho por tarefa. Com o aparecimento das fábricas, o movimento de 'concentração' desapareceu e, em seu lugar, o sistema concorrencial firmou-se por um longo período e foi teorizado pelos economistas clássicos.

Do penúltimo decênio do século passado em diante, segundo Labini (1980), o progresso revolucionário nos meios de transportes e nas comunicações revolucionou o mercado. Mercados nacionais e internacionais passam a se unificar. Pequenos monopólios locais criados e mantidos por barreiras advindas do custo de transportes, foram destruídos. Novas empresas surgiram e, as mais fortes puderam se expandir, invadindo mercados até então inacessíveis. O processo que destruiu monopólios locais, criou monopólios e

oligopólios mais estáveis e com nível de abrangência maiores, às vezes indo além das fronteiras dos países.

O surgimento das *grandes formações produtivas*, como são denominadas por Labini (1980) as grandes empresas oligopolizadas e monopólios, foi um processo movido, com base na busca de eficiência técnica e econômica. Evidentemente, que em alguns momentos da história a regulação pública contribuiu para o processo. Intervenções políticas, e em especial políticas protecionistas ou políticas públicas direcionadas, contribuíram para a concentração industrial ao longo da história de diversos países. A Europa do período pós-guerra, implementou políticas neste sentido. As políticas de apoio às agroindustriais, na década de 70 e 80 no Brasil, levaram ao desaparecimento de muitas pequenas empresas regionais e ao fortalecimento de poucos grupos econômicos que atuam no mercado, como veremos ao longo do trabalho. A reforma tributária do final dos anos 60, e aqui destacamos a mudança na cobrança de ICMS¹², contribuiu para a concentração do setor de distribuição no país. As políticas públicas de apoio tendem a fortalecer um grupo de empresas, no caso as maiores, inviabilizando outras, normalmente as menores. Os instrumentos de apoio, quando não avaliados corretamente podem levar à criação de estruturas concentradas. Os instrumentos mais comumente utilizados são o crédito, a legislação tributária, fiscal e até a sanitária.

¹² SANTOS, R. Rocha dos. A grande distribuição e a indústria de alimentos no Brasil, algumas tendências. In: Workshop: Restruturação da Indústria Alimentar. Campinas, 22 e 23 de junho de 1993. Mimeo. 20 p.

Hermann Levy *apud* Labini (1980), afirma que, por detrás das intervenções políticas, não há meramente teorias certas ou erradas, via de regra, existem poderosas coalizões de interesses que não podem ser consideradas independentemente do processo de concentração. O fato de a concentração ter se firmado em países diferentes, com instituições políticas diferentes, mesmo em países de tradição liberal, mostram que a concentração não acontece por transformações acidentais, mas sim por um processo articulado para tal.

Pelo exposto, pode-se deduzir que os movimentos e tendências do capitalismo mundial e do capital agroindustrial, que caminham para uma concentração, dependem muito de fatores endógenos, como fatores tecnológicos, de capacidade de acumulação, mas dependem, também, de fatores exógenos que criaram e criam as condições para seu desenvolvimento, como é o caso, por exemplo, das políticas de crédito e legislação. Os fatores externos podem não definir o processo de acumulação, porém, podem determinar a direção e o ritmo da mesma. Há uma coalizão de interesses que interage na esfera pública e privada. Com isso, em nenhum momento, negamos ou subestimamos o papel da eficiência técnica e econômica como fatores de concentração.

Se de um lado, tivemos uma concentração do capital de um modo geral e do capital agroindustrial de modo especial, nesta última fase de desenvolvimento econômico, de outro, esta concentração foi acompanhada do surgimento de um número muito grande de pequenas empresas, que concorrem com os produtos das grandes agroindústrias, aproveitando os espaços de mercado não preenchidos, voluntária ou involuntariamente, por estas grandes empresas. É o caso da cadeia de suíno onde, paralelamente à concentração industrial, ocorre o surgimento de um grande número de pequenas agroindústrias concorrentes.

Partimos do entendimento que existem espaços de mercado na cadeia de suínos, que decorrem de uma ação voluntária e estratégica das empresas líderes oligopolizadas, como será demonstrado ao longo deste capítulo, através da teoria dos oligopólios. Por outro lado, existem espaços que as grandes empresas não conseguem ocupar. Pequenas empresas, pela sua estrutura de custos flexível, pela sua estrutura organizacional flexível, pela localização espacial e pela característica de alguns produtos, ocupam uma fatia considerável do mercado. Os mercados das pequenas empresas, além dos fatores mencionados que contribuem para a capacidade de concorrência, possuem outros elementos que não podem ser explicados utilizando-se apenas a teoria econômica. Eles trazem na sua gênese elementos de relações sociais entre os agentes, como veremos na segunda parte deste capítulo, e que acabam sendo decisivos na construção destes mercados, como é o caso do processamento e comércio de produtos de pequenas indústrias formais e informais.

2.3.1 – A evolução da análise de oligopólio

O quadro geral da economia, tanto em nível mundial quanto em nível nacional, tem mostrado uma tendência à concentração do capital, tendo como estrutura predominante a oligopolização dos mercados, dentro dos diversos setores da economia, inclusive no setor agroindustrial, seja no setor de grãos, carnes, sementes, adubos e outros setores.

A análise teórica parte do pressuposto que a agroindústria no setor de carne suína e derivados é oligopolizada, como pode ser visto pela quantidade de animais abatidos pelas principais empresas em nível de país e de estado, pelo domínio absoluto da produção e comercialização de determinadas linhas de produtos e pela liderança que este grupo de

empresas exerce em termos de inovação tecnológica, seja no processo de produção de matéria-prima ou no processamento industrial.

2.3.1.1 – O modelo analítico tradicional

Os modelos analíticos tradicionais ou de *mercados perfeitos* buscam os preços e quantidades de equilíbrio, dada a estrutura de mercado e as condições técnicas. Analisam as estruturas de mercado partindo de uma situação, sem a preocupação de inserir elementos, forças que impulsionam, modificam e dinamizam, constantemente, as estruturas de mercado. A solução que estes modelos buscam é a condição de equilíbrio de longo prazo. A análise do modelo tradicional, portanto, é uma análise estática. Elimina da análise todas as ações dos agentes que podem modificar a estrutura, não somente tomando-as como entidades estanques, sem possibilidade de uma ligação analítica entre elas e o comportamento dos agentes, como também não permitindo a utilização destas estruturas e seu aparato analítico para um estudo da evolução histórica concreta dos mercados. A análise das estruturas de mercado teve como referência as economias capitalistas desenvolvidas.

O modelo marshaliano de longo prazo era a expressão símbolo da análise tradicional das estruturas de mercado. Parte do pressuposto de que existam inúmeras firmas no mercado, sem grandes diferenças de tamanho entre elas, que não tenha descontinuidade tecnológica entre as firmas, e que, portanto, as diferenças de custos entre elas seriam devidas às diferentes qualidades dos fatores, principalmente o empresarial. As diferenças qualitativas, por acaso existentes, desapareceriam no longo prazo devido à difusão das novas técnicas de administração entre os concorrentes.

Na concepção do modelo, temporariamente, algumas firmas teriam lucros supra-normais, mas, com o mecanismo de livre entrada e saída de firmas, o equilíbrio de lucro normal para cada *uma* das firmas era restabelecido. Um aspecto deste modelo é a inexistência de barreiras à entrada, assemelhando-se a uma estrutura de livre concorrência ou concorrência pura.

Por este modelo, a maximização do lucro das empresas dar-se-ia igualando o seu custo marginal à receita marginal. Nesta posição, as empresas poderiam obter lucros supra-normais de curto prazo devido a fatores circunstanciais, mas que, no longo prazo, com a entrada e saída livre de firmas e a difusão de novas técnicas, que por acaso surjam, por todos os competidores, teremos o chamado pleno equilíbrio da indústria. A firma não pode crescer indefinidamente, pois, a partir de um certo ponto, apresenta deseconomias de escala. O número de firmas da indústria pode até diminuir, mas o mecanismo de livre acesso à entrada das firmas, permite que o número de firmas sempre seja suficiente para manter as condições de concorrência perfeita.

De acordo com Frenkel (1980), os mecanismos deste modelo de longo prazo são: a continuação e rápida difusão do conhecimento das transformações técnicas, o qual permite que as firmas inovadoras não consigam manter diferenciais de custos por um período prolongado, e o mecanismo de ajuste ao nível da indústria pela possibilidade de constante entrada de novas firmas. Marshall trabalha com a idéia da firma representativa, em termos de tamanho, taxa de crescimento e de eficiência administrativa, desconsiderando a questão de custos e tamanhos das firmas e a cumulatividade para chegar a *uma* economia de escala. Ele trabalha com um modelo criado a partir de pressupostos, desvinculado, até certo ponto, do que efetivamente ocorria na economia.

2.3.1.2 – A nova teoria dos oligopólios

Ao modelo tradicional, Labini (1980), propõe uma nova forma de análise das estruturas de mercado, diz que a problemática que a história dos países capitalistas propõe é um crescimento acelerado das firmas, uma contínua diferenciação de produtos e diversificação dos ramos onde elas operam, uma tendência à oligopolização com concentração absoluta e relativa dos mercados, que a teoria tradicional não abarca nas suas categorias de análise. Falta à análise tradicional o progresso técnico e a acumulação de capital, considerados os motores da evolução dos mercados¹³. A análise incorpora elementos que dinamizam e modificam “constantemente” as estruturas de mercado, fugindo da análise “estática” tradicional.

As evidências concretas e observações do funcionamento do sistema econômico, ao contrário do pressuposto do modelo marshaliano, mostram a convivência de firmas grandes, médias e pequenas no mercado. Mostram que há uma grande desproporção em termos de tamanho entre as firmas e que nem todas as grandes firmas têm atingido o tamanho atual partindo de níveis inferiores, como pressupõe Marshall. Muitas indústrias já surgem grandes.

Steindl *apud* Labini (1980) mostra que há vantagens associadas ao tamanho, que não se reduzem às economias de escala. Cita como exemplo a maior facilidade de acesso ao crédito e os juros menores pagos pelas grandes empresas. Juros menores representa menor taxa de endividamento. Maiores taxas de juros para as pequenas empresas representam menores margens de lucro, maior risco e maior taxa de mortalidade, principalmente em épocas de recessão. Há uma alta taxa de renovação de pequenas

¹³ Possas (1987 :164) conceitua mercado como sendo o “locus da concorrência capitalista”.

empresas em relação às grandes. Para Possas (1987) existem vantagens que são decorrentes do tamanho das empresas, que não são compensadas por deseconomias de escala relevantes ou vantagens específicas decorrentes do pequeno tamanho. Todas as vantagens ou aperfeiçoamentos técnicos que estejam ao alcance da pequena empresa, também podem ser desfrutadas pelas grandes. O inverso não é verdadeiro. Esses fatores tendem a consolidar na indústria uma estrutura de tamanhos a qual deve corresponder, uma hierarquia de margens e taxas de lucro. Para proceder a análise da estrutura é necessário adotar o oligopólio como padrão de referência teórica.

Na análise da estrutura de mercado oligopolizado, da indústria de carne suína no país e no estado do Rio Grande do Sul, pode-se observar uma estrutura de abate que engloba desde grandes empresas até pequenas e médias, onde a capacidade de acumulação, em função de escala de produção e estrutura de custos, é indiscutivelmente maior nas grandes empresas. O acesso e as condições de acesso a crédito tornam-se fundamentais para empresas com baixa capacidade de acumulação. A capacidade de acumulação tem reflexos negativos ou positivos sobre a continuidade de avanços tecnológicos nas empresas. As inovações tecnológicas atuam sobre a estrutura de custos, preços e margens de lucro das empresas.

A análise da dinâmica deve apoiar-se na estrutura de custos (e tamanhos) e no nível e comportamento das margens de lucro, diz Steindl *apud* Possas (1987). Ele sugere o conceito de “produtor marginal” ao produtor de maior custo e que obtém apenas lucros “normais”, ou seja, sem lucro “extra”. Com base aos custos e/ou preços, ele denomina de empresas “*progressivas*” as empresas normalmente maiores, de economia de escala e que têm como consequência lucros maiores e, portanto, têm maior possibilidade de crescer à frente das concorrentes. As empresas “*marginais*” são menores, normalmente, crescem a

um ritmo inferior em relação às primeiras, tendo muito poucas chances de aumentar sua fatia no mercado, quando muito podem preservá-lo.

Steindl *apud* Possas (1987) mostra o impacto da pressão de acumulação interna dos lucros retidos pelas “empresas progressivas” (maiores margens de lucro), que costumam ser maiores e líderes, sobre a estrutura de uma indústria onde há diferenciação significativa de preços/custos (margens de lucro) entre empresas e grande participação das “empresas marginais” no mercado. O impacto pode ser atenuado pela possibilidade de crescer mais rápido que o mercado. Quando a expansão é ditada por condições externas, ocorre concentração absoluta do mercado em favor das “empresas progressivas” e eliminação de “empresas marginais”.

A chamada nova teoria dos oligopólios abandona a idéia de fixação de preço em nível da firma, derivado da análise de custo marginal igual à receita marginal.

Labini (1980) sugere um novo modelo de formação de preço. Dadas as condições tecnológicas e os preços dos fatores, existe uma relação entre o preço e a margem de lucro para um dado custo variável. Ele mostra que os custos variáveis médios são constantes sobre o leque das possibilidades de produção até a plena capacidade, então, o custo marginal é igual ao custo variável e a análise marginal coincide com a do custo pleno. Não pretende chegar a um “preço de equilíbrio”. Diz que as margens de lucro e preço são estabelecidas em função da extensão absoluta do mercado, ou seja, um volume de vendas para um dado preço, da parcela de mercado das firmas e a capacidade de absorção do mercado (variações da quantidade total vendida com relações às variações dos preços).

Um aspecto importante que Labini levanta é o fato de que a fixação de preços leva em conta a política de expansão da firma dentro de sua indústria, portanto, a política de preço está ligada à política de expansão e aos seus custos diferenciais. Estes custos têm origem no uso de *uma* tecnologia mais eficiente e não na habilidade dos empresários como tentava mostrar a teoria tradicional de análise.

A partir deste momento é incorporado na teoria do oligopólio, para fins de análise da estrutura de mercado, o preço como barreira à entrada de novas firmas. Para Labini (1980) a firma (oligopolizada) pode adotar três tipos de preços: preço mínimo, que garante à empresa um retorno mínimo sobre o seu capital; preço de exclusão, que impede a entrada de novas empresas, pois assegura a estas empresas a taxa de lucro mínimo e preço de eliminação, que é o preço em nível inferior ao custo variável do concorrente.

O sistema de análise proposto tem como base as descontinuidades tecnológicas, que resultam em custos diferenciados dos produtos, permitindo, assim, uma estratégia de preços como barreira à entrada de novas empresas no mercado.

A nova teoria dos oligopólios deslocou a sua preocupação de variações conjecturais entre as decisões de um dado grupo de firmas e concentrou a atenção sobre as condições de entrada, as inovações e descontinuidades tecnológicas, a diversificação setorial devida às limitações no mercado original e suas influências sobre a acumulação das firmas.

Não parece suscitar dúvida entre os teóricos, quando analisam as estruturas de mercado, que a oligopolização é a estrutura que predomina dentro dos diversos setores da economia. Nos mercados oligopolizados as grandes firmas exercem sua liderança, influenciando elementos fundamentais das estratégias das outras firmas: preço, ritmo das inovações, investimentos e outros elementos.

As grandes agroindústrias integradoras do setor de carnes, principalmente as empresas líderes, se comportam como oligopólios, e estabelecem aquilo que se chama de padrão de concorrência¹⁴. Este comportamento das grandes empresas dificulta a entrada de outros abatedouros e frigoríficos no mercado de carnes.

2.3.1.3 – A flexibilidade da capacidade produtiva nas empresas oligopolizadas

Antes de analisar os diversos tipos achamos relevante analisar um outro aspecto que diz respeito aos oligopólios, ou seja, o excesso de capacidade produtiva das empresas. Esse excesso ocorre de forma diferente dentro dos diversos tipos de oligopólio, conforme veremos ao longo da exposição.

Ao analisar o excesso de capacidade é preciso distinguir duas situações: uma quando fatores a provocam involuntariamente e outra quando o excesso de capacidade produtiva é desejado e planejado pela empresa.

No caso da capacidade ociosa planejada, esta decorre de flutuações da demanda e da consciência desse fato pelos empresários que, dada a ausência de livre entrada, podem reservar certa margem de capacidade ociosa para manter ou ganhar posição, num período de rápido crescimento. É consequência do lapso de tempo necessário para o crescimento das vendas, principalmente no caso de produtos novos, onde a capacidade instalada vai sendo ocupada aos poucos. O excesso deliberado de capacidade pode ser considerado análogo aos diversos tipos de reserva que uma empresa acima de determinado porte mantém para fazer frente às incertezas do processo de concorrência ao longo do tempo, estoque de matéria-prima e produtos acabados, disponibilidade de liquidez, etc. Este

¹⁴ Ver CARVALHO JUNIOR. L.C. As Estratégias de crescimento das empresas líderes e o padrão de concorrência das indústrias avícola e suinícola brasileiras. Florianópolis. 1997.

procedimento, típico de grande empresa oligopolística, aumenta a flexibilidade da produção e vendas, viabilizando a rigidez de preços e margens de lucro.

O excesso de capacidade ociosa indesejada, não planejada, por sua vez, decorre basicamente de um comportamento imprevisto de demanda, que pode ter origem em diversos fatores mas, normalmente, está associada aos padrões de concorrência e crescimento da indústria e suas vinculações com o restante da economia, ou seja, com o funcionamento macroeconômico do sistema.

Especificamente, na indústria de suínos e derivados, sob inspeção federal, há uma ociosidade no uso da capacidade de abate que se situa em torno de 30%, em média, de acordo com Benetti et al. (1998).

A taxa de ocupação é maior entre empresas maiores, no entanto, elas atuam com uma margem estratégica de ociosidade, podendo, caso seja necessário, ampliar e ocupar espaços de mercado em “curto” espaço de tempo. Como vimos no primeiro capítulo, fatores macroeconômicos fazem o consumo oscilar a nível interno. Fatores conjunturais, a nível externo, criam, ampliam ou reduzem espaços de mercado. A capacidade ociosa permite uma adequação a estas situações.

Via de regra, a capacidade ociosa cresce com a redução do tamanho da indústria. No caso das pequenas indústrias formais, existe uma ociosidade não planejada e, portanto, não estratégica, principalmente em função do tamanho mínimo de planta exigido para que o estabelecimento seja legalizado. Até há pouco tempo, a capacidade mínima das plantas, para serem registradas e obterem registro de inspeção estadual, era de 50 suínos/dia. A média de abate dos pequenos abatedouros formais é inferior a 3 suínos/dia.

Ao analisar a relação entre o contexto micro e macroeconômico verifica-se que o grau de utilização da capacidade do sistema produtivo tem uma importância estratégica na dinâmica econômica, em economias oligopolizadas, pelo papel que desempenha no ciclo econômico e pela retração que pode provocar no investimento agregado a longo prazo. Há sempre interfaces entre os níveis micro e macroeconômico.

A flexibilidade do grau de utilização da capacidade, com margens de lucro relativamente rígidas à baixa cumpre, em condições de oligopólio, uma função que vai além da que corresponde aos preços flexíveis num mercado concorrencial. Dá-se, neste caso um processo tendente ao equilíbrio, pela adequação do nível de produção à demanda. No oligopólio a variação do grau de utilização absorve o excesso de capacidade que tende periódica ou sistematicamente a manifestar-se no mercado. “... o aparecimento de uma capacidade excedente deixa de desencadear um processo espontâneo de eliminação desse excesso através da expulsão de empresas via redução de preços, para torná-lo incorporado as próprias empresas oligopolísticas sob forma de capacidade ociosa não-planejada, impedindo a ação imediata de ajustamento à demanda via preços e possibilitando a um prazo mais longo a tentativa de adequar o grau de utilização ao nível planejado através da alteração do nível de investimento em nova capacidade produtiva” (Steindl *apud* Possas, 1987: 151).

2.3.2- Os tipos de oligopólios

O oligopólio, dentro da nova teoria, segundo Possas (1987), deixa de ser definido por oposição ao “atomismo”, pelo pequeno número de concorrentes, com ênfase excessiva na rivalidade, nas ações e reações hipotéticas entre empresas oligopolizadas e passa a ser encarado como estrutura de mercado caracterizada pela existência de barreiras à entrada, senão para todos os tipos (ou tamanhos) de empresas que o compõem, ao menos para as maiores e/ou “progressivas”.

Na cadeia de suínos, as grandes empresas do setor de abate e processamento alegam que, para os produtos que exigem pouca tecnologia e agregam pouco valor, não há barreiras à entrada. De fato, as pequenas empresas de abate têm aumentado nos últimos anos. Estas empresas têm especificidades, como veremos no quarto capítulo, que permitem a elas concorrer no mercado, competindo, inclusive em preços, com as grandes empresas. Neste caso, as barreiras funcionam para grandes e médias empresas. Para as pequenas e, também, médias empresas, as barreiras se estabeleceriam em algumas linhas de produção. Aqui se enquadram os produtos de alto valor agregado e que exigem tecnologia de produção complexa. Os custos de produção, comercialização e acesso à tecnologia, em função da escala de produção, funcionam como barreira à entrada.

Para Possas (1987) as barreiras à entrada seriam as determinantes da concorrência num mercado oligopolizado. A dimensão das barreiras seriam o principal responsável pela margem de lucro (ou *mark up*). Como co-fatores determinantes, teríamos as restrições financeiras, que permitem às empresas a sua expansão, endividamento e pagamento de dividendos.

Antes de levarmos a questão para os tipos de oligopólio, convém fazer menção à questão da concorrência. Possas (1987) define concorrência como “um processo de defrontação dos vários capitais, das unidades de poder de valorização e de expansão econômicas que a propriedade do em função capital confere. Deve ser pensada nesse sentido como parte integrante, inseparável do movimento global de acumulação de capital, em suas diferentes formas e que lhe imprime... uma direção e um ritmo determinados e em conteúdo historicamente específico...trata-se do motor básico da dinâmica capitalista” (Possas, 1987 : 163).

Para Possas (1987) análise da concorrência deve passar ao plano das estruturas de mercado para poder captar as especificidades, que se definem a partir de uma individualidade em termos de características distintivas do processo competitivo. Este processo engloba elementos que compõem o quadro de um determinado padrão de concorrência. Os elementos de análise do padrão de concorrência são a inserção das empresas ou suas unidades de produção na estrutura produtiva, o que envolve a tecnologia de utilização dos produtos e as estratégias de concorrência, abarcando as políticas de expansão das empresas líderes, em todos os níveis, tecnológico, financeiro, as políticas de adaptação e recriação dos mercados. Nesta política de adaptação e recriação dos mercados estão as políticas de preços, de vendas e de expansão.

Os elementos conjugados de um padrão de concorrência de uma dada estrutura de mercado, se resolvem ao nível de barreiras à entrada no mercado como expressão do processo competitivo em dadas condições e momento.

Ao analisar as estruturas de mercado faz-se necessário enfatizar que, ao longo da história do capitalismo, embora houvesse o predomínio de uma forma, uma estrutura de mercado, esta coexistiu com outras. No período do auge da concorrência, esta coexistia

com os monopólios e oligopólios. Na atualidade, no conjunto da economia, a estrutura de mercado mais frequente é a de oligopólios, mas não significa que não existam setores onde predomina o monopólio ou até a concorrência.

Segundo Possas (1987), os oligopólios podem ser classificados em *concentrados* ou *puros*, *diferenciados*, *diferenciados-concentrados* ou *mistos* e, ainda, *competitivos*. Nem todos os autores classificam os oligopólios desta forma. Conceição Tavares (s/d), por exemplo, não trabalha com o tipo de oligopólio diferenciado isoladamente, como categoria de análise. Utilizamos a tipologia proposta por Possas (1987), que trabalha com os quatro tipos mencionados no início do parágrafo.

No oligopólio *concentrado* ou *puro*, de acordo com Possas (1987), não há diferenciação de produtos pela natureza homogênea dos produtos, pouco passível de diferenciação. É um oligopólio caracterizado pela alta concentração técnica, onde poucas unidades produtivas detêm parcela substancial do mercado. A competição em preços deve ser descartada como procedimento regular, neste tipo. A disputa pelo mercado, quando ocorre, se dá em função do investimento visando atender o crescimento da demanda, introduzindo novos processos que permitam reduzir custos, melhorar a qualidade dos produtos e ampliar a capacidade, antecipando o crescimento do mercado ou reagindo prontamente a este.

A alta concentração, neste tipo de oligopólio, deve-se às economias de escala e/ou descontinuidades técnicas consideráveis que criam barreiras à entrada. Atuam no setor poucas grandes empresas, neste sentido, as condições financeiras e de crédito são fundamentais. Pela alta necessidade de recursos investidos, a viabilidade do empreendimento só se dá pela economia de escala.

No *oligopólio diferenciado*, segundo Possas (1987), a forma de concorrência ou disputa de mercado pelas empresas se dá, prioritariamente, mediante a diferenciação de produtos, uma vez que a natureza dos produtos fabricados faculta esta diferenciação. A concorrência em preços, embora não seja descartada, não é recurso habitual. A concorrência por preços comprometeria a estabilidade do mercado e a própria sobrevivência das empresas. Requer um esforço permanente de vendas em nível elevado e *mark ups* muito altos e rígidos à baixa. A estabilidade dos preços e das margens (*mark up*), em função dos elevados custos de publicidade e comercialização, são fundamentais para manter as vendas e os níveis de lucro.

Neste caso, as barreiras à entrada estariam ligadas, prioritariamente, às chamadas economias de escala de diferenciação. A persistência de hábitos e marcas estão ligados a elevados e prolongados gastos para conquistar uma faixa de mercado mínima, que justifique o investimento. A diferenciação de produtos é um “processo” contínuo, portanto, em “constante” mudança. De um lado, faz-se necessário o prolongamento da vida útil de um bem para se desfrutar ao máximo da condição de monopólio inicial e, posteriormente, de oligopólio. Por outro, há a necessidade de se lançar um novo produto e acelerar a obsolescência do existente no mercado.

A dinâmica do processo pode ser identificada pelo nível de investimentos necessários e pela necessidade de planejamento de excesso de capacidade e da relação capital/produto. Pela necessidade de projeção do crescimento da fatia de mercado de cada empresa, que pode, em épocas de crescimento acelerado, ultrapassar em muito o ritmo de crescimento “vegetativo” de ampliação do mercado. E, por último, a diferenciação de produto, quando representa uma inovação, introduz um dos principais componentes da tendência dinâmica do mercado.

O oligopólio diferenciado-concentrado ou misto, tem combinação de elementos dos dois tipos de oligopólio anteriores. “Este tipo resulta da diferenciação de produtos, como forma de competição por excelência”, como afirma Possas (1987 : 177), e da requisição de uma escala mínima eficiente associadas. Bens duráveis de consumo configuram este tipo. De um modo geral, este tipo, é mais concentrado que o oligopólio diferenciado, podendo atingir a dimensão do oligopólio concentrado, embora a necessidade de capital seja menor que este último.

As barreiras à entrada se devem à economia de escala técnica e economia de diferenciação. A estratégia de concorrência combina excesso de capacidade para atender descontinuidades técnicas e antecipar o crescimento de mercado e, também, por nova capacidade produtiva resultado do esforço de ampliação do mercado via diferenciação e inovação de produto.

O último tipo de oligopólio de que Possas (1987) trata é o *competitivo*. Caracteriza-se pela concentração relativamente alta da produção, pelo fato de que, algumas empresas detêm participação considerável no mercado. Esta “concentração da produção permite às empresas oligopolizadas (maiores empresas ou empresas ‘progressivas’) recorrer à competição em preços para ampliar a fatia de mercado” (Possas, 1987 : 179 – 180). Isso é possível porque as grandes empresas coexistem com empresas menores (marginais) que não resistem a uma severa concorrência por preços com as grandes e que ocupam um espaço considerável no mercado, como é possível perceber ao longo da dissertação.

Este tipo de oligopólio é encontrado, principalmente, em bens de consumo não-duráveis, incluindo produtos alimentares pouco diferenciáveis, têxteis, calçados e vários produtos intermediários com poucos requisitos tecnológicos e/ou escala mínima de produção.

A inexistência de economias de escala importantes, tanto do ponto de vista das técnicas como de diferenciação e a convivência de tecnologias diferentes, restringem, até certo ponto, a concentração do mercado e as barreiras à entrada de empresas de qualquer porte, dificultando margens de lucro mais elevadas. Embora, freqüentemente, haja alguma possibilidade de diferenciação de produto, a concorrência se realiza, prioritariamente, em preços.

O setor de abate e processamento de suínos se identifica mais com este tipo de oligopólio. Evidentemente que neste setor podem ser encontrados elementos de outros tipos. Uma questão que se coloca deste setor é que, empresas maiores trabalham dentro de uma economia de escala e os preços são definidos pelas empresas líderes, numa relação, até certo ponto, conflituosa com os grandes distribuidores, que de fato influem na formação do preço dos produtos e, portanto, da acumulação. As empresas “progressivas” combinam a questão de competição por preço no mercado e, ao mesmo tempo, procuram implementar uma política de diferenciação de linhas de produtos, de alto valor agregado, que exigem tecnologia mais sofisticada de produção e que permitem uma margem de lucro maior. Elas atuam com uma linha de produtos básicos, de baixo valor agregado e com uma outra linha de produtos de alto valor agregado para consumidores de nível de renda mais elevado. As empresas “marginais” possuem estruturas de custos semelhante ao das progressivas e atuam concorrendo pelos mesmos mercados. A margem e a capacidade de acumulação destas empresas são menores, quando comparadas às maiores. Isso se reflete

negativamente na capacidade de inovação e disputa de mercados de produtos diferenciados. Enquadram-se neste grupo de empresas, as empresas médias do setor de suínos. Ao longo, das últimas três décadas, um número significativo delas desapareceram, como vimos no primeiro capítulo.

Em relação às pequenas empresas, embora estejam inseridas num mercado oligopolizado, elas atuam na linha de produtos básicos e, pela estrutura de custos diferenciada e sua flexibilidade organizacional, conseguem competir em preço com as demais (progressivas e marginais) em preço. A concorrência por preços se dá entre as pequenas indústrias formais, entre as formais e as informais, como podemos observar no capítulo quarto. As empresas progressivas e marginais, normalmente, dentro da linha de produtos básicos, praticam preços acima das pequenas.

“...neste tipo de oligopólio, o comportamento dos preços segue normas usuais de *mark up*, geralmente com liderança de preços, e o ajuste à demanda, ao menos entre as empresas melhor situadas, via grau de utilização da capacidade. A competição em preços restringe-se ao objetivo das empresas ‘progressivas’ (não necessariamente as maiores) de ampliar sua participação no mercado à custa dos concorrentes ‘marginais’ – promovendo assim a sua concentração relativa ou absoluta – seja para ajustar em seu proveito a capacidade produtiva da indústria a um declínio das vendas, seja para realizar o potencial de crescimento superior ao oferecido pelo mercado, se a possibilidade de diversificação não é uma alternativa atraente ou viável” (Possas, 1987 : 180).

Um aspecto importante colocado por Possas (1987), é que o potencial de dinamismo “autógeno” destes setores, no sentido de ser produzido pela própria lógica do processo de concorrência é inferior ao dos demais tipos de oligopólio. A capacidade de investir antes da demanda é quase inexistente, limitando-se a situações localizadas e

pouco expressivas de economias de escala e indivisibilidades, ou de crescimento por diferenciação e inovação de produtos. A ocorrência de excesso de capacidade planejado deve-se, basicamente, à extensão do período de gestação do investimento, que não é, em média, muito grande quando comparado com o de outros setores. A tentativa de crescer mais rápido que o mercado se limita a algumas empresas progressivas, em condições de retração de mercado ou de elevado potencial de crescimento gerado por vantagens de custo. A ampliação da capacidade tende, de um modo geral, a seguir atrelada ao crescimento exógeno do mercado, e este, a mudanças de padrões de consumo, distribuição de renda e possibilidade de exportações.

O poder de oligopólio de um grupo de empresas, na cadeia de suínos, pode ser percebido de diversas formas. Em determinadas situações, as grandes empresas, sem dominar o mercado, conseguem influir na cadeia e determinar o ritmo do comportamento da mesma. Em outros casos as empresas, de fato, detêm a maior parte do mercado. Embora o abate das cinco principais empresas brasileiras do setor de suínos alcance somente 35% do total do país, estas empresas são as grandes responsáveis pelo ritmo de inovação tecnológica, na produção de matéria-prima, assim como, no processamento industrial e desenvolvimento de novos produtos, demonstrando, assim, a liderança que exercem no setor. Exercem liderança capaz de ditar os rumos do setor, sem deter efetivamente o controle do mercado. Estas empresas, porém, em algumas linhas de produtos, detêm o controle efetivo do mercado. É o caso de alguns tipos de salame, copa, apresuntados, patês, defumados e outros. Ainda, as grandes empresas atuam como oligopólios no caso de exportação de carnes e produtos suínos.

2.4 – Os mercados e empresas que se desenvolvem à margem das estruturas oligopolizadas

Ao analisar o mercado de produtos alimentares foi dito que existe uma franja de mercado que não é ocupado pelas grandes empresas oligopolizadas do setor agroindustrial e pela grande distribuição. Parte deste mercado não é ocupado, estratégica e voluntariamente pelas grandes empresas oligopolizadas (progressivas) e, parte, não é ocupado pela impossibilidade de fazê-lo. O espaço não ocupado pelos oligopólios é assumido pelas empresas “marginais” e pequenas indústrias artesanais formais e informais.

As empresas “marginais” disputam o mercado com as grandes empresas e estão atreladas ao padrão de concorrência e estrutura de custos das grandes empresas, com a desvantagem de os custos serem mais elevados. Elas disputam os mesmos espaços de mercado com produtos similares aos das grandes indústrias, porém, sua capacidade de acumulação é menor do que a das “progressivas”. Vimos que, quando ocorre uma crise na cadeia, estas indústrias são o principal alvo das grandes empresas, na disputa por espaços de mercado. Aqui se enquadram um número grande de pequenos frigoríficos, com inspeção federal e estadual, empresas privadas e cooperativas que disputam espaços de mercado com os grandes frigoríficos do setor de carnes, competindo, inclusive com o mesmo padrão de produtos.

As pequenas agroindústrias formais e informais, por possuírem uma lógica de atuação diversa, não se enquadram num esquema analítico usado para as demais, atuam na franja de mercado não ocupado pelas empresas “progressivas”, dentro de uma lógica de construção do mercado que se dá , não apenas dentro de uma relação de disputa de

mercado no padrão de concorrência vigente, mas evidenciam elementos de relações sociais na construção dos mercados.

Estas pequenas empresas, tanto formal quanto informal, têm um caráter familiar, com estrutura organizacional e de custos flexíveis, pois, parte significativa da mão-de-obra é familiar, parte é de terceiros, livre de encargos sociais, que atua, portanto, dentro de um sistema de complementaridade de renda familiar. A mão-de-obra contratada, permanente, é remanejada dentro das diversas atividades da unidade de produção, principalmente, quando se trata de pequenas indústrias informais. Frequentemente estas pequenas empresas são acusadas de sonegação fiscal pelas grandes empresas. Essa flexibilidade de custos permite a estas pequenas empresas operar com elevada ociosidade na capacidade industrial instalada. Esta flexibilidade de custos é, em grande parte, o que origina sua capacidade de concorrência nos mercados, principalmente, no mercado dos produtos de consumo básico, inclusive competindo com as grandes empresas em preços. Outro fator importante que contribui para a competitividade destas pequenas empresas é o tipo de produto que elas produzem, como veremos no quarto capítulo.

Apesar destas pequenas empresas competirem com as empresas “progressivas” em preço, este tem um peso relativo na construção dos mercados de produtos básicos de suínos e derivados, como demonstraremos ao tratar das pequenas indústrias, no quarto capítulo. Relações sociais do tipo confiança, amizade, parentesco, identidades culturais, relações de vizinhança, entre outras, são decisivas na construção social dos mercados. Estas relações sociais são importantes na construção de mercados que envolvem pequenas empresas formais e pequenos estabelecimentos distribuidores e, são decisivas na criação de mercados informais que envolvem pequenas indústrias

informais e os consumidores dos produtos destas indústrias, como veremos no quarto capítulo.

2.4.1 – A aceitação da idéia de que elementos sociais contribuem para a criação dos mercados

A aceitação da idéia de que elementos sociais interferem nas decisões dos indivíduos, no que diz respeito a consumo e criação dos mercados, não é algo que tenha aceitação unânime. Nem todas as correntes de pensamento econômico reconhecem a interação entre indivíduos e sociedade, e que, destas interações surgem os mercados, principalmente, mercados que passam à margem dos grandes agentes econômicos. A aceitação de que os mercados resultam de interações sociais implica aceitar a idéia de que os mercados são criações sociais e que a análise econômica deve ter como base a sociedade, como prega a economia sociológica.

Neste sentido, há fortes divergências entre a economia sociológica, que analisa a economia a partir das estruturas da sociedade e o *mainstream* econômico (principal corrente), que analisa a ação dos indivíduos de forma isolada, sem interação com os grupos e estruturas da sociedade, dentro do que se denomina “individualismo metodológico”.

Knight et al. *apud* Smelser e Swedberg (1994) fazem uma diferenciação entre a economia sociológica e o *mainstream* econômico. Para os autores, enquanto a economia sociológica afirma que os indivíduos são influenciados por outros, por serem parte dos grupos sociais e da sociedade, o *mainstream* defende que as decisões dos indivíduos são unilaterais, eles não são influenciados por outros. Para a primeira corrente, existem diferentes tipos de ação econômica e distintos tipos de racionalidade,

enquanto para a segunda, todas as ações são racionais. Para a economia sociológica a ação econômica é construída pelos escassos recursos, pela estrutura social e pelo significado das estruturas, enquanto para o *mainstream* as ações econômicas são construídas pela noção de preferência do consumidor, pela escassez de recursos, incluindo os recursos tecnológicos. A respeito da economia em relação à sociedade, a economia sociológica afirma que a sociedade é a base de referência, enquanto para o *mainstream* o mercado e a economia são as bases de referência, sendo a sociedade apenas um dado.

Em relação aos métodos usados, de acordo com Knight et al. *apud* Smelser e Swedberg (1994), a economia sociológica usa a descrição e a explanação, raramente a predição, enquanto a principal corrente usa a predição e explanação, raramente a descrição. A economia sociológica usa muitos diferentes métodos para a análise, incluindo o histórico e comparativo, recorrendo, com frequência a estudos de caso e dados empíricos, enquanto, para o *mainstream* o método é o formal, especialmente o modelo matemático. Por último, em relação a tradição intelectual, a economia sociológica reinterpreta constantemente os clássicos, enquanto o *mainstream* dá ênfase às correntes teóricas e realizações.

A análise da construção de mercados, que envolve diversos agentes, como pequenas e médias empresas e a pequena e média distribuição, implica a aceitação de que as estruturas sociais interferem na decisão dos agentes e, portanto, na construção dos mercados. Implica aceitar a idéia de que os mercados são construções sociais, passíveis de interferências de grupos da sociedade. Enquanto alguns grupos ou agentes tentam dar o ritmo à dinâmica e estruturar os mercados de acordo com os seus interesses, por exemplo, tentando influenciar a (des)regulação do Estado sobre a

economia (legislação sanitária, fiscal, tributária), outros atores, que se sentem ameaçados, reagem, se adaptam ao contexto e, apesar da condição desfavorável, constróem seus mercados, como é o caso das pequenas indústrias informais e formais. Isso mostra que a construção dos mercados não poder ser explicada, unicamente, pela racionalidade econômica, como pretende o mainstream. Aceitar a idéia de que as estruturas sociais interferem na construção dos mercados, também, implica dizer que o livre mercado¹⁵ acontece em poucos casos dentro da economia e que os mercados tendem a ter a fisionomia da sociedade que lhe dá origem. É sob esta ótica que analisaremos a ocupação de espaços de mercado pelas pequenas agroindústrias formais e informais e pela produção independente de suínos, realizada por pequenos agricultores familiares.

2.4.2 - As instituições econômicas como construções sociais

Antes de entrar no tema das instituições queremos fazer algumas colocações sobre a questão da ação humana. Wrong *apud* Granovetter (1992) lamenta que alguns sociólogos se referem às pessoas como sendo seres sensíveis às opiniões dos outros e que, *automaticamente*, obedecem comumente a normas de comportamento estabelecidas. I lá uma visão de que as pessoas seguem costumes, hábitos ou normas, automaticamente e incondicionalmente. Esta posição dos sociólogos de *sobre-socialização* ou *supra socialização* tenta compensar a negligência dos efeitos sociais da tradição econômica do *mainstream*, chamada de utilitarista por Parsons *apud* Granovetter (1992). A negligência

¹⁵ Polanyi (1980 58) afirma que “uma economia de mercado significa um sistema auto-regulável de mercados. uma economia dirigida pelos preços do mercado e nada além dos preços de mercado. Um tal sistema. capaz de organizar a totalidade da vida econômica sem qualquer ajuda ou interferência externa. certamente mereceria ser chama do atilo-regulável”.

dos efeitos sociais sobre as ações econômicas é denominada por Granovetter (1992) de *subsociação*.

Hirschman *apud* Granovetter (1992) ilustra a negligência dos efeitos sociais, na economia clássica e neoclássica, quando aponta que os comerciantes nos mercados são tomadores de preços e, deste modo, intercambiáveis. Os detalhes de suas relações sociais são irrelevantes. A economia neoclássica trata as relações sociais apenas como um processo laborioso na competição perfeita. Adam Smith *apud* Granovetter (1992) denuncia, em sua obra “Riqueza das Nações”, o uso do momento social pelos negociantes para fixar preços. Este fato demonstrava o reconhecimento de que a imagem de mercados competitivos era inconsistente num mundo onde os atores se conheciam o suficiente para conspirar. É em oposição a esta visão, que ignora a influência do social nas ações econômicas, que surge a posição supra-socializante.

Para Granovetter (1992), as duas abordagens, a subsociação encontrada nos neoclássicos e a *ultra-socializada* têm algo em comum, ou seja, a concepção de ação não influenciada pela existência de relações sociais das pessoas. Enquanto na primeira abordagem a atomização resulta de uma perseguição de auto-interesse, na segunda, a atomização surge como solução para a subsociação e porque modelos comportamentais são tidos como internalizados e, portanto, não são influenciados por continuidade das relações sociais.

Granovetter (1992) procura analisar como o comportamento é encaixado em sistemas de relações sociais concretos e contínuos, situando-se entre as visões sub e ultra-socializada. Para isso o autor se utiliza da teoria de redes de relações sociais.

A tradição central da sociologia econômica tem origem em diversas fontes, como Weber, Marx e Durkheim e possui pontos comuns que unem as diversas fontes. Segundo Granovetter e Swedberg (1992), entre estes pontos comuns estão as idéias de que a ação econômica é uma forma de ação social, que a ação econômica é socialmente situada e que as instituições econômicas são construções sociais.

Existem alguns pontos comuns, também, na sociologia e na teoria econômica. O primeiro ponto em comum é que ambas reconhecem que a ação econômica deve constituir a base teórica do bloco construtor. Outro ponto em comum é a convicção de que a ação econômica é um tipo de comportamento que tem a ver com a escolha entre escassos meios que tem usos alternativos, segundo Weber *apud* Granovetter e Swedberg (1992). As concordâncias entre o *mainstream* e a sociologia econômica, no entanto, terminam aqui, uma vez que, o primeiro elimina todos os motivos não econômicos e defende a ação econômica essencialmente maximizadora, com um comportamento racional.

Do ponto de vista sociológico parece claro que a ação econômica não pode, em princípio, ser separada da questão da aprovação, do status, da sociabilidade e do poder. Durkheim *apud* Granovetter e Swedberg (1992) enfatizou o quanto puramente a ação econômica falha em “manter pessoas juntas por poucos momentos”. Diz que na ação econômica os indivíduos estão ligados por laços que se estendem para muito além do breve momento em que o ato de troca está sendo concluído. Marx *apud* Granovetter e Swedberg (1992) centrava seu conceito de economia na necessidade de cooperação no processo de trabalho, evidenciando elementos sociais na formação do conceito de economia. Entretanto, é Weber *apud* Granovetter e Swedberg (1992) quem introduz um conceito sociológico à ação econômica. O conceito de ação social, basicamente, é o mesmo tanto na teoria econômica quanto na sociologia econômica, ambas estão voltadas

para os objetivos econômicos ou, mais precisamente, para satisfação dos desejos por utilidades.

Em dois pontos o conceito de ação económica de Weber *apud* Granovetter e Swedberg (1992) difere da teoria econômica. Segundo Weber *a ação nem sempre está orientada pelo comportamento pessoal*, ele toma em consideração o ‘comportamento dos outros’. Esse comportamento dos outros pode ser sentido vendo as pessoas, falando com elas ou pensando sobre elas. E nesta interação o ator sempre capta alguma coisa do comportamento do outro, através de objetivos socialmente construídos. Para Granovetter e Swedberg (1992), Weber, neste ponto, se aproxima de Durkheim que entende a ação econômica como qualquer outra forma social de ação e está sempre orientada para ou inspirada por certas “representações coletivas”.

A segunda diferença do conceito de ação económica de Weber em relação à teoria econômica, segundo Granovetter e Swedberg (1992), é a questão da relação de poder. A ação econômica, segundo o autor, não pode ser concebida sem a visão de que a economia é a maior fonte de poder na sociedade. E neste sentido, a troca pode ser entendida como uma resolução de conflito de interesse por objetivos de um compromisso. Ele afirma que mercados formalmente livres, frequentemente, são influenciados pela distribuição de poder.

Afirmamos que é parte da tradição central da economia sociológica a idéia de que a ação económica é socialmente situada. E deste ponto de vista, a ação não pode ser explicada por referência a motivos individuais somente. Ela está embebida, encravada em redes de relações pessoais, mais do que em comportamento individual de atores atomizados. Granovetter e Swedberg (1992) entendem por rede, um conjunto regular de

contatos ou conexões sociais similares entre indivíduos ou grupos. A ação de um membro de uma rede está embebida/encravada porque é expressa numa interação com outra pessoa.

O conceito de rede, segundo Granovetter e Swedberg (1992), é útil na análise sociológica da economia porque está muito próxima do concreto, da realidade empírica, e seu uso previne erros conceituais comuns na teoria da economia "ministrem", Nova Economia Institucional (NEI) e em algumas análises sociológicas abstratas, na NEI, por exemplo, a emergência e manutenção de instituições sociais é explicada através da alegada eficiência. Estas proposições aparecem crescentemente inadequadas tão logo se começa a mapear seriamente a estrutura social envolvida.

A idéia de construção social das instituições econômicas foi abordada por diversos autores ao longo do tempo, tentando analisar a influência das relações sociais na construção das instituições, inclusive os mercados. Estas análises tentavam captar os fatores sociais que influenciavam na formação das instituições econômicas, através de análise de fatos da vida econômica, em diversos momentos da história¹⁶. É o caso de Polanyi (1980) analisando os mercados nas sociedades pré-industriais e industriais.

O interesse na questão da construção social das instituições econômicas ganha força a partir da década de setenta. A crise econômica mundial dos anos setenta e parte dos anos oitenta, despertou interesse no estudo das instituições e influências sociais na sua formação, uma vez que, a teoria econômica tradicional, hegemônica, não dava conta em tentar explicar uma série de mudanças que ocorriam na economia.

¹⁶ Ver Swedberg, R. Market as social structures. Cap. II. In: Smelser, N.J. & Swedberg, R. eds. Handbook of economic sociology. Princeton. New York. Princeton University Press/Russell Sage Foundation. p. 225 – 2.

Granovetter (1992) se destaca nesta linha de pesquisa e procura elaborar conceitos de construção social na economia, com a ajuda de algumas idéias: o conceito de construção social da realidade da sociologia do conhecimento; a idéia de dependência de caminhos e o conceito de redes sociais, como veremos a seguir. O autor, através do desenvolvimento da idéia de dependência de caminho para as formas organizacionais e institucionais, procura mostrar que as instituições econômicas são construídas pela mobilização dos recursos através de redes sociais, conduzidas contra uma retaguarda de limitações dadas pelo desenvolvimento histórico prévio da sociedade, política, mercado e tecnologia. Arthur e David *apud* Granovetter e Swedberg (1992), fazendo referência ao desenvolvimento de tecnologias alternativas e padrões, analisando o caso do teclado da máquina de escrever, afirmam que nem sempre a solução mais eficiente ganha. Elementos de oportunidade, freqüentemente, interferem em um estágio inicial do processo, alterando seu curso. Esta alteração do curso, da trajetória, é possível observar quando se analisa o desenvolvimento da indústria da eletricidade dos EUA, onde o resultado final é um modelo de desenvolvimento onde coexistem centrais elétricas com abrangência regional, companhias públicas de geração de energia e produção de energia para famílias, individualmente. Este modelo de desenvolvimento resultou da interação entre os interesses de Thomas Edison, de seu secretário e dos industriais e financistas, como demonstra Granovetter (1985) *apud* Smelser e Swedberg (1994). Pela exposição, é possível perceber que, embora a maioria das interações econômicas aconteçam em rede, as instituições econômicas desenvolvem sua própria e distinta dinâmica.

Berger e Luckman *apud* Granovetter e Swedberg (1992), inspirados em Weber, afirmam que as instituições não são do tipo objetivo. realidades externas que se podem ver. Ao contrário, as instituições são tipicamente o resultado de uma demorada criação

social, a maneira de fazer algo, endurecida e adensada e, finalmente, torna-se a maneira de como as coisas são feitas. Quando unia instituição é, finalmente, uma existência, o povo orienta suas ações para um conjunto de atividades sancionadas por outros atores sociais, tratando os padrões como um fato que existe fora do tempo. Afirmam que é impossível entender uma instituição adequadamente, sem entender o processo histórico no qual foi produzida.

Para Granovetter (1992), as instituições econômicas não emergem automaticamente em resposta a necessidades econômicas. Elas são construídas por indivíduos, cuja ação é facilitada ou coagida por estruturas e recursos disponíveis em redes sociais, nas quais eles estão encaixados. A ação individual ou coletiva canalizada através da existência de redes de relações políticas e pessoais determinam quais possibilidades ou resultados podem ocorrer. Isso foi demonstrado no caso da indústria elétrica dos EUA e também pode ser observado no caso das pequenas indústrias, onde as condições, estrutura e recursos disponíveis podem levar à formalização de atividades e/ou criação e manutenção de atividades informais. Para o autor, o nível de fragmentação e coesão da rede e o fato de ela estar ou não ligada é determinante. Os resultados da ação dependem do tipo de rede, da solidez dos elos e do número de esferas, com relevância institucional, em que o ator está ligado.

Granovetter e Swedberg (1992) afirmam que, nas análises sociológicas, as instituições são construções sociais da realidade. Esta idéia volta aos primórdios da sociologia, especialmente, por trazer a diferença entre a perspectiva sociológica e econômica das instituições. As redes ocupam papel importante e fundamental no estágio inicial da formação de uma instituição econômica. Quando o desenvolvimento está “*lock*

in”, sua importância estratégica declina. A análise da formação da instituição econômica, tem que ser, portanto, uma análise dinâmica.

2.4.3 – Os mercados como criações sociais

O mercado, na teoria econômica, devido a sua complexidade, tem sido enfocado das mais diversas formas, ao longo da história. Entretanto, é sob a ótica da sociologia que este tema nos interessa. Este enfoque se justifica na medida em que a construção dos mercados da produção informal de suínos, das pequenas agroindústrias formais e das indústrias artesanais informais, ocorre com base em relações sociais, dentro de uma rede de relações sociais. De forma resumida, pretendemos captar um pouco desta forma de abordagem do mercado.

A teoria sociológica clássica teve em Weber *apud* Swedberg (1994) um dos pesquisadores mais interessados em analisar os mercados. Ele estava interessado, especialmente, na natureza da especulação e como as trocas de ações foram organizadas de diversas maneiras em diferentes lugares, assim como estava fascinado com a dimensão política do mercado de ações, que ele via como um meio de poder na batalha econômica entre Estados. Para ele, o preço no mercado era o resultado de uma batalha. De um lado, havia uma batalha de interesses entre as duas partes que estavam engajadas numa troca, e do outro, havia uma batalha de competição entre os que estavam, potencialmente, interessados numa troca, no começo do processo. Posteriormente, segundo Swedberg (1994), Weber revê seus conceitos e afirma que “o mercado existe onde existe competição, mesmo que seja unilateral, por oportunidades de trocas entre a pluralidade das partes”.

Ele distingue troca e competição. Diz que “a ação social no mercado começa como competição e termina como troca.”

Weber *apud* Swedberg (1994) enfatiza a questão do conflito no mercado. Ele diz que a competição é um conflito pacífico, é uma tentativa pacífica de, formalmente, obter controle sobre oportunidades e vantagens, as quais são desejadas também por outras pessoas. Troca ele define como compromisso de interesse, onde mercadorias e vantagens são passadas como compensações recíprocas. Ele também estava interessado na interação entre o mercado e a sociedade e o papel que a regulação ocupa no mercado.

Nos anos 50, ocorreram novos esforços numa tentativa de revigorar a análise social dos mercados. Destacam-se nesta tentativa Talcott Parsons, Neil Smelser e Karl Polanyi. Na tentativa de construir um aparato teórico, Parsons e Smelser (1956) *apud* Swedberg (1994) direcionam a maior parte dos esforços na tentativa de mostrar que os mercados diferem não somente no nível, mas também no tipo sociológico, dependendo de suas posições no sistema social como um todo. Polanyi *apud* Swedberg (1994) critica a equiparação de toda a economia com o mercado. Desenvolveu um novo tipo de economia a qual estava fortemente subordinada à sociedade. Observou que havia dois tipos de mercado, o mercado local e o mercado externo ou de longa distância. Afirma que os dois tipos de mercado foram regulados, no entanto, nenhum foi dinâmico o suficiente para gerar avanço econômico. Na crítica à equiparação da economia com o mercado, ele argumenta que existem várias maneiras de organizar a economia: pode ser feita através da reciprocidade, da redistribuição e da troca (mercado). Segundo Polanyi (1980), é um erro pensar que uma economia só pode ser organizada através de trocas (mercados). Seria um erro equiparar comércio com mercado e dinheiro com troca. Comércio e dinheiro

existiram de muitas formas diferentes. Para um mercado existir necessita de oferta e demanda, além de elementos funcionais como local físico, mercadorias, costume, leis.

Nos anos 70. no entendimento de Swedberg (1994), se observa o “renascimento da sociologia dos mercados”. Diversos aspectos do mercado são analisados. É possível afirmar que Granovetter foi pioneiro na *abordagem de redes sociais* para os mercados. Outros *approaches* com diferentes graus de sucesso podem ser distinguidos neste “renascimento”: a abordagem *social estrutural*, o approach social construcionista, a abordagem comparativo histórica, a de sistemas sociais, a abordagem de regras sociais, de *jogo teórico* e um *approach de conflito*.

A abordagem estrutural tem dominado o debate por representar o mais contínuo esforço para construir uma teoria sociológica do mercado e pelo número de pessoas envolvidas nesta tarefa. A característica da sociologia estrutural era o enfoque da mesma na estrutura social, usualmente através de redes. White *apud* Swedberg (1994) destaca a noção de que os mercados consistem em estruturas que são reproduzidas através de aceno/marcação ou comunicação entre os participantes. Afirmar que o mercado típico é um mercado característico das economias industriais. Consiste basicamente de um pequeno número de firmas que constroem seus mercados e assim são compreendidas pelos compradores. O mecanismo central na construção do mercado é seu mercado programado. Homens de negócio sabem o que custa produzir e por isso tentam maximizar sua renda por determinado volume de produto.

Burt (1983) *apud* Swedberg (1994), usando tabela de input-output na indústria manufatureira americana desenvolveu um conceito para descrever estrutura de mercado, ou seja, autonomia estrutural. O autor afirma que uma firma é autônoma ou não, dependendo de três fatores: o relacionamento entre a firma e seus competidores, o

relacionamento entre fornecedores da firma e o relacionamento entre clientes da firma. A autonomia é máxima quando ela tem nenhum ou poucos competidores, muitos e pequenos fornecedores e muitos e pequenos clientes.

Baker *apud* Swedberg (1994) afirma que os mercados não são homogêneos, mas são socialmente estruturados de várias maneiras. Para analisar esta estrutura é necessária uma teoria de meio alcance, entendendo os mercados na dimensão de rede. Para isso se utilizou da ajuda da teoria de redes. Analisando o mercado de seguridade americano, o autor distingue dois tipos de rede de mercado: uma pequena e mais densa e unia maior, mais diferenciada e solta. Analisando a volatilidade nas opções de preço, observou que no tipo de rede mais fragmentada, mais larga, há uma maior volatilidade que na menor, que é mais intensiva. Afirma que modelos sociais estruturais influenciam a direção e magnitude da volatilidade de preço.

Algumas críticas são feitas à abordagem estrutural. Para Zelizer (1988) *apud* Swedberg (1994) este approach olha para a cultura com uma suspeita não comprovada, um perigo do passado e esta atitude caracteriza uma forma de reducionismo social estrutural. Ela faz a crítica com base às dificuldades para se estabelecer um mercado/política de seguro de vida nos EUA, em função da resistência, por fatores culturais, em se estabelecer um preço para a vida humana. A segunda crítica da autora é que a abordagem social estrutural falha para, apropriadamente, incorporar a dimensão legal-política em suas análises.

Na abordagem estruturalista admite-se que os mercados industriais são criados através da interação entre corporações, como afirma Fligstein (1992) *apud* Swedberg (1994), e não se estabelecem por si mesmos ou através do avanço da tecnologia. Por esta visão, não apenas pequenos mercados são resultantes de interações sociais, mas também

os grandes. E deste ponto de vista, o Estado ocupa papel importante na estruturação dos mercados, principalmente, através da regulação. Etzioni (1988), Stiegler (1991) *apud* Swedberg (1994) afirmam que alguns atores tentam usar o Estado para melhorar sua posição no mercado e assim desviar a competição da esfera econômica. A manipulação dos direitos de propriedade pelo Estado pode influenciar a direção de funcionamento do mercado.

A sociologia tem envidado esforços para analisar o mercado como um complexo fenômeno social. Weber, como vimos, ressaltou o papel dos conflitos e da regulação social na estruturação dos mercados. O esforço mais recente da sociologia, de acordo com Swedberg (1994), foi o de mostrar que os mercados não consistem simplesmente em espaços homogêneos, onde compradores e vendedores entram para a troca entre eles, mas que são distintas redes de interação. Ainda, a sociologia realça o papel que os fatores legais e políticos ocupam no funcionamento dos mercados.

Apesar do entendimento das estruturas sociais do mercado, ainda existe uma forte tendência em analisar os mercados como se eles fossem pequenos mecanismos de troca. Para Swedberg (1994), mercados são mais que simples ato de troca e devem incluir fatores legais e políticos na análise. Na linha de Weber, o autor sugere que o “coração do fenômeno mercado” inclua dois elementos: a troca em combinação com a competição. A estrutura social de um mercado é caracterizada por um tipo especial de interação que começa como competição entre um número de atores (compradores e/ou vendedores) e que termina com uma troca para uns poucos atores.

2.4.4 - As redes sociais

O entendimento do mercado e das instituições como construção social passa pela análise das relações que se estabelecem entre os diversos agentes e pela capacidade de ação que cada agente tem dentro da cadeia. Nesta perspectiva, o conceito de rede social ajuda a entender estas relações e o contexto em que estas se estabelecem e que culminam com a criação de determinados mercados, como o das pequenas agroindústrias de abate e processamento de suínos.

A realidade social, de acordo com Santos, R. *apud* Guerrero (1996), pode ser medida segundo os atributos dos atores – ou características intrínsecas de pessoas, objetos e acontecimentos – ou segundo as relações que se estabelecem entre estes atores, quer dizer, não os considerando de forma isolada. “...a análise dos atributos dos atores oferece uma visão estática, ... a análise das relações inclui, necessariamente, componentes de dinâmica, por quanto que ditas relações se dão em um contexto determinado que se modificam ou desaparecem quando o ator se transporta para outro contexto” (Guerrero, 1996 : 415). As relações somente podem ser entendidas dentro de uma perspectiva analítica de “ação num contexto”. Esta ação é definida pelo ambiente físico e humano, através das relações que o compõem. A análise de rede situa-se na perspectiva das relações entre os atores e nos vínculos que se estabelecem entre eles. Este é o objeto fundamental de análise da teoria de redes.

Santos *apud* Guerrero (1996) define rede como um conjunto de pontos (atores sociais) vinculados por uma série de relações que cumprem determinadas propriedades. Coloca como elementos fundamentais da rede os citares, que atuam como emissores ou receptores, os vínculos ou elementos relacionais, que atuam como canais de comunicação.

A rede possui outros elementos constitutivos. A centralidade ou posição do ator dentro da estrutura da rede é outro elemento que permite maior ou menor força de ação. Este elemento reflete, em grande medida, a força de comunicação, emissora ou receptora do ator e dela depende uma maior ou menor força de ação. Na análise da cadeia de carne suína e de aves, esta centralidade sempre esteve com a grande indústria, e mais recentemente, esta divide com a grande distribuição este poder de ação. Estes atores determinam a dinâmica das transformações no conjunto da cadeia. Nas cadeias que se formam em torno das pequenas agroindústrias, esta centralidade, este poder de ação é equilibrado, o que induz a um comportamento, a relações sociais diferentes entre os agentes ou atores.

Ainda, segundo Santos *apud* Guerrero (1996), temos um último elemento constitutivo, o *tipo de relação*, que é o que determina a função particular de uma rede concreta. O tipo de relação é determinado pela classe de fluxo que se estabelece. Uma rede pode ter várias funções, já que, através dela, pode circular vários tipos de fluxos, desde informações até capital.

Na análise das cadeias que se estabelecem entre as pequenas indústrias formais, os principais elementos constitutivos são os agricultores produtores de matéria-prima para a indústria, as indústrias artesanais formais, os pequenos pontos de distribuição e os consumidores. Além destes atores existem outros agentes que atuam, direta ou indiretamente ao longo da cadeia, como por exemplo, os fornecedores de insumos para produção de matéria prima e para a industrialização. A estrutura de rede, “teia”, expressa melhor as relações entre os agentes.

Quando se trata da pequena indústria informal, o número de níveis da cadeia se reduz. Temos pequenos fornecedores de matéria-prima, as pequenas indústrias e os

consumidores finais. As relações que se estabelecem envolvem, normalmente, pequenas indústrias, que também são produtoras de matéria-prima e consumidores, diretamente. Às vezes, a pequena distribuição entra como ator nesta rede de relações.

Embora não se pretenda aprofundar as tipologias de rede, achamos importante frisar que estas podem ser classificadas quanto ao *número de vínculos*, ou seja, a quantidade de vínculos existentes entre os atores envolvidos nesta relação. As redes sociais mais típicas, segundo Santos *apud* Guerrero (1996), são as formadas por estruturas intermediárias, onde alguns atores estão conectados entre si e outros não.

Uma segunda forma de classificação de rede, de acordo com Santos *apud* Guerrero (1996), seria quanto a intensidade dos vínculos ou grau de implicação dos atores relacionados entre si, que vão desde redes muito unidas, onde existem muitas e fortes relações entre seus membros, até redes pouco unidas, nas quais se estabelecem poucas e débeis relações entre seus membros. Nas redes muito unidas (close knit) existe um forte grau de coesão entre atores e ocorre o predomínio de fatores de identificação sobre os fatores de diferenciação. Há um compartilhamento de uma história, de uma identidade cultural, de valores. Nas redes pouco tmidas (loose knit), fracas, são menos estáveis que as anteriores e possibilita o aparecimento de outros tipos de relações. Ao analisar a cadeia de suínos, percebe-se que o número de vínculos, bem como, a intensidade dos mesmos, se reduz, na medida em que se avança da informalidade para uma produção programada em escala.

Para Santos *apud* Guerrero (1996) o conteúdo/assunto da relação é outra forma de tipificação das redes sociais. Este tipo está ligado à função instrumental da rede, redes de comunicação, de transação, instrumentais de parentesco, amizade, autoridade e poder. Pode haver superposição de redes sociais de conteúdo distinto, como por

exemplo, redes de amizade e parentesco com redes de informação ou redes instrumentais. Esta superposição de redes sociais é muito comum quando se trata de pequenas indústrias e é mais freqüente ainda, quando se trata das relações produção-consumo na informalidade. As relações de confiança, amizade, são a senha, a porta de aproximação dos pequenos processadores com os consumidores e, destas relações, resultam as transações comerciais e outras relações.

Santos (1991) *apud* Guerrero (1996) diz que podem existir *vínculos potenciais* que podem estar latentes ou ativar-se, unicamente, ante um determinado requerimento ou ação social concreta. Nem todos os vínculos que um ator social possui, podem estar ativados o tempo todo. As necessidades ou conveniências ativam ou desativam determinados vínculos e podem ser fatores estimuladores ou desestimuladores de determinadas ações dos atores. As transformações no setor agroindustrial, e na agricultura de um modo geral, ativaram vínculos potenciais existentes, levando pequenos agricultores marginalizados no processo de modernização a buscar formas de sobrevivência em outras atividades ou no processo de agroindustrialização. Estes vínculos levam à criação e ocupação de espaços de mercado.

Granovetter (1985) e Coleman (1988) *apud* Guerrero (1996) consideram as redes sociais como um capital social que os atores podem usar para conseguir determinados objetivos ou interesses. Os vínculos existentes ou que podem existir em nível local, são recursos a mobilizar e potencializar, caso apontem para unia cooperação ou integração, ou obstáculos a se eliminar, quando são fontes de conflito e oposição.

As perspectivas das redes sociais em relação aos atores, suas relações e estruturas resultantes, evidenciam a interdependência entre os atores e suas ações. Eles

são mais que unidades autônomas e independentes e evidenciam que os laços existentes entre os autores são canais para transferência ou fluxo de recursos (materiais – capital, imateriais – informações, amizade, confiança, respeito...). Os modelos de rede que centram a atenção nos indivíduos, partem do suposto de que as redes estruturais do ambiente são fonte de oportunidades ou limitações para a ação individual, enquanto, os modelos de redes sociais conceitualizam as estruturas (sociais, econômicas e políticas) como elementos que reforçam e perpetuam as relações entre os autores.

Guerrero (1996), no trabalho sobre programas de desenvolvimento rural, afirma que no âmbito local e em ambientes mais estritos, as redes são, inevitavelmente, plurifuncionais, onde se sobrepõe em uma mesma rede diferentes tipos de relações e conteúdos. A superposição de funções em uma mesma rede permite que relações de amizade, e sobretudo de respeito e confiança ativem atitudes mais empreendedoras e geradoras da atividade econômica. A autora afirma, também, que o dinamismo do desenvolvimento será tanto maior, quanto maior for a intensidade da rede social e será tanto maior quanto mais ampla e densa for a rede social. A intensidade e a amplitude da rede social permitem a participação e o acesso dos indivíduos aos recursos disponíveis para o desenvolvimento.

Por último, salienta a importância da necessidade de agentes que ocupem posições de centralidade. Estes agentes, no processo de desenvolvimento, têm que ser capazes de dinamizar e involucrar outros agentes no processo.

Estes aspectos, das redes sociais, parecem ser fundamentais, quando se trata de efetivar e manter a produção informal nas cadeias, onde o processo de produção e comercialização depende, em grande parte, das relações dos produtores com comerciantes, agentes compradores e pequenas e médias indústrias, no

desenvolvimento de programas de pequenas agroindústrias formais, onde as relações de mercado destas indústrias com os distribuidores se estabelecem, principalmente, com base em relações sociais e na sobrevivência das indústrias artesanais informais, cujos mercados dos produtos se constróem, quase que exclusivamente, com base em redes de relações sociais, como poderemos observar no último capítulo.

2.4.5 – Alguns aspectos da informalidade

Ao longo da dissertação procuramos identificar a dinâmica na cadeia de suínos, verificando os espaços de inserção de agentes, interessando-nos, de modo especial, a produção informal de matéria-prima e o processamento artesanal informal.

As análises econômicas, de um modo geral, tratam muito pouco da economia informal. Ela é motivo de preocupação, principalmente em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, quando as taxas de desemprego formal aumentam, a arrecadação de impostos cai, quando os grandes agentes econômicos, que ocupam uma posição de destaque no cenário econômico formal sentem-se prejudicados pela ação da “economia marginal”, ou ainda, quando a economia informal se torna de interesse público, como na questão da comercialização de produtos alimentícios, que pode afetar a saúde pública.

A literatura que trata da informalidade, também é muito restrita. Na perspectiva da Nova Economia Institucional, Feige (1990) *apud* Portes (1994) propôs unia taxonomia, baseada em regras institucionais que passam despercebidas por uma atividade econômica particular. Nela se pode distinguir quatro sub formas de atividades econômicas: a economia ilegal que abrange a produção e distribuição de

mercadorias e serviços legalmente proibidos. A segunda sub forma é a economia não relatada, que são ações que contornam ou evadem as regras fiscais estabelecidas e codificadas, como por exemplo, o imposto de renda. Outra sub forma é a economia não computada. Esta abrange atividades que escapam à captação de informações das agências governamentais de estatísticas. Neste item se inclui, por exemplo, a renda que deveria ser computada no sistema normal de contabilidade, mas não é. A última sub forma é a economia informal. Esta compreende as ações econômicas excluídas da proteção das leis e regras administrativas cobrindo “relações de propriedade, licença comercial, contratos de trabalho, crédito financeiro e sistema de seguro social”.

Esta classificação mostra que a atividade econômica particular tem diversas formas de incorrer em ilegalidades, consciente ou inconscientemente, e que, as ilegalidades das atividades particulares podem ter finalidades diversas. Pode ter a finalidade de acelerar a acumulação de riqueza em detrimento da coletividade ou pode ter a finalidade de sobrevivência, como é o caso das indústrias artesanais informais, onde as regras fiscais, sanitárias, de regulação das atividades econômicas lhes são desfavoráveis. Caberia uma análise mais aprofundada, neste caso, da questão da legalidade e da legitimidade enquanto “direito” de sobrevivência dos indivíduos, bem como a “função” da regulação do Estado.

As economias informais, por sua vez, foram classificadas de acordo com três objetivos: *sobrevivência* - Portes (1989) *apud* Portes (1994) – onde o indivíduo ou a família sobrevivem da produção de subsistência ou através da simples venda de mercadorias e serviços. Aqui parece se enquadrar as pequenas indústrias artesanais informais, mesmo que para a venda de seus produtos, os pequenos agentes usem com muita intensidade suas relações sociais e a flexibilidade de custos. O segundo objetivo

é o da *exploração dependente* – segundo Castells *apud* Portes (1994). De acordo com este objetivo ou tipo, os indivíduos podem ser orientados na direção de uma crescente flexibilidade gerencial e decrescente custos de trabalho rio setor formal das firmas através da contratação fora dos livros e a subcontratação de empresários informais. O terceiro objetivo é o do crescimento, segundo Benton *apud* Portes (1994). Os agentes organizam-se para a acumulação de capital, através de pequenas firmas que mobilizam suas relações solidárias, aproveitam de sua maior flexibilidade e custos baixos. Talvez, neste último tipo poderíamos enquadrar as pequenas indústrias artesanais formais, que apesar de serem pessoas jurídicas, portanto, legalmente constituídas, têm flexibilidade organizacional e de custos e buscam acumulação.

O fato é que apesar da classificação em três tipos, esses tipos não são excludentes entre si, podem coexistir dentro de um mesmo cenário econômico.

Analisando o desenvolvimento dos mercados capitalistas, Portes, afirma que o domínio dos mesmos dar-se-ia pela economia formal e não pela economia informal. O fundamento de tal afirmação é porque a base para a confiança na conduta das trocas na economia informal repousa em redes sociais restritas e comunidades particularíssimas. Portes (1994) fazia as afirmações com base aos estudos de Polanyi (1957), que analisava os mercados locais e mercados de longo alcance.

Em relação às afirmações de Portes fazem-se necessárias algumas considerações. Não se contesta a afirmação de que a expansão dos mercados capitalistas se dá, prioritariamente, pela economia formal. Entretanto, os mercados capitalistas tomam formas e desenvolvem-se não de urna única maneira. Dados não oficiais dão conta, por exemplo, que mais de 70% da economia da Índia é informal. Um alto percentual de alimentos consumidos no Brasil, citamos o leite 45%, carne

bovina 42%, têm origem nos mercados informais, como veremos mais adiante. Convivem, principalmente, em países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, uma economia formal e a informalidade, em alguns setores com pesos semelhantes. Esta última, nos países a que nos referimos, de um modo geral, tem importância nada desprezível. A fundamentação da afirmação de Portes (1994) de que a “base de confiança na conduta das trocas na economia informal repousa em redes sociais restritas e comunidades particularíssimas” talvez possa servir para países desenvolvidos. Para os demais, as redes sociais não são tão restritas assim, elas nem sempre aparecem, e estão presentes na maioria das comunidades. Os dados a nível de Brasil mostram isso e o levantamento de campo realizado com a finalidade de dimensionar a informalidade e as relações que se estabelecem, relativizam as afirmações de Portes.

Quando comparamos o mundo de Polanyi com o atual podemos notar alguns desdobramentos. Primeiro é preciso notar que foi justamente a ampliação da abrangência dos mercados, a globalização e o desenvolvimento do capitalismo mundial que levou um grande número de pequenos agricultores e de outros agentes à exclusão e, conseqüentemente à informalidade. Em segundo lugar, sem querer assumir a defesa da informalidade, é preciso entender que ela está presente em todos os mercados locais, estabelece relações com as economias regionais e em alguns casos, ultrapassa fronteiras de países. Ela não é o melhor instrumento de desenvolvimento do mercado capitalista, porém acaba sendo abrigo para muitos excluídos do avanço dos mercados capitalistas.

Portes (1994) afirma que os elementos que compõem o setor informal variam com o tempo e nos diversos países. O abate de suínos nas propriedades, para a comercialização,

no Brasil, era uma atividade formal até o início da década de cinquenta. Em muitos países esta prática é uma atividade legal, ainda hoje.

De acordo com Portes (1994), o relacionamento entre o Estado e a Sociedade Civil define o caráter da informalidade e este relacionamento está num fluxo constante entre estes dois agentes. A mudança na geometria das atividades econômicas formais/informais segue o contorno da história passada e a natureza da autoridade do Estado. Cada situação concreta tem em comum a existência de práticas econômicas que violam ou desviam a regulação do Estado e variam de acordo com as relações que se estabelecem entre o Estado e a Sociedade. O informal pode ser reprimido em um determinado cenário e ser legal em outro. Isso pode ocorrer quando comparamos países diferentes, regiões diferentes de um mesmo país, e ainda, quando comparamos a força do conceito de informalidade nas diversas atividades que compõem a economia informal. A força do conceito varia de uma atividade para outra. Onde o Estado não cumpre seu papel de agente regulador, a informalidade perde seu sentido, sua noção.

A informalidade, pode-se dizer, é tanto maior quanto menos desenvolvido for um país. A concentração de capital, o avanço e sofisticação dos mercados, tende a levar a um rearranjo da economia, dos agentes econômicos, principalmente os que detêm menor poder e possuem menor poder de organização. Tende a provocar um aumento da informalidade, ou, no mínimo, a um aumento de agentes que atuam na informalidade, mesmo que em termos econômicos, a participação da informalidade se reduza no contexto da economia. O Estado, neste contexto, ainda tem importante função de regulação, uma vez que deve atentar para a preservação do “interesse” dos múltiplos agentes, entre eles os pequenos agentes que atuam na economia formal e têm uma função social importante na dinamização das economias locais e regionais, principalmente na preservação e geração

de empregos e postos de trabalho. Ao mesmo tempo, o Estado tem a função de tirar da “ilegalidade” atividades que se desenvolvem na informalidade, em nome do interesse público, sem negar aos indivíduos a possibilidade de ter uma atividade capaz de se sustentar, propiciando condições mínimas para que possam atuar como agentes formais, legais.

Guerrero (1996), ao se referir ao desenvolvimento local, diz que para se aceitar o conceito de desenvolvimento deve se ter como premissa uma certa capacidade de regulação. A autora utiliza a definição de regulação de Pecqueur (1992), entendida “como um conjunto de regras práticas, geralmente aceitas em um grupo social determinado, que disciplinam o comportamento humano em uma situação dada”. Para a autora a capacidade de regulação de uma sociedade e os mecanismos que se empregam depende do equilíbrio de forças sócio-econômicas que operam ao nível local, dos atores que as representam e da forma como atuam e interagem. Em última análise depende do tipo de rede social e dos fluxos que a definem.

Bagnasco *apud* Guerrero (1996) afirma que existem quatro mecanismos fundamentais de regulação da atividade econômica que coexistem e se combinam em grau diverso em quase todas as sociedades contemporâneas: a reciprocidade, aqui estão as relações familiares, de confiança e amizade entre outras, o *mercado*, o sistema *organizativo e institucional* e o *intercâmbio político* onde se faz troca de interesses (de grupos e indivíduos) por lealdade política.

A informalidade está presente em quase todos os setores da economia brasileira. Quando se trata de sistemas agroalimentares ela passa a ter um importante papel, pelo espaço de mercado que ela ocupa, pelas formas como estes mercados se estabelecem e pelo número de agentes envolvidos. A informalidade como resultado de um rearranjo dos

agentes e do ambiente econômico não se extingue com normas ou usando o poder de coerção do Estado. Ela tende a encontrar novas formas de existência, adaptando-se aos contextos sócio-econômicos.

3. A PRODUÇÃO DE SUÍNOS: DA FORMA INDEPENDENTE AOS CONTRATOS DE INTEGRAÇÃO – MUDANÇAS E TENDÊNCIAS NA CADEIA.

Neste capítulo analisaremos a evolução das integrações dos agricultores com empresas, privadas ou cooperativas, na cadeia de suínos, no Sul do Brasil, procurando mostrar os espaços, o potencial de inserção de produtores familiares na atividade e um pouco da dinâmica e tendências desta forma de produção. Será objeto de análise deste capítulo, também, a produção não integrada de suínos no Rio Grande do Sul. Na produção não integrada, faremos uma breve caracterização e análise dos espaços de mercado para esta forma de produção. E como último ponto, analisaremos os condomínios de suínos, enquanto forma de organização e racionalização da produção não integrada.

O texto deste capítulo foi elaborado utilizando pesquisa bibliográfica e dados de pesquisa de campo. A pesquisa de campo foi realizada usando o método de entrevista e aplicação de questionário. Foram realizadas entrevistas com agricultores produtores de suínos, comerciantes compradores de suínos e técnicos da EMATER/RS. Os questionários (ver anexo – questionário 1) foram aplicados a 50 agricultores da região de Marau, distribuídos em 16 municípios, a saber: Marau, Camargo, Nova Alvorada, Vila Maria,

Gentil, Nicolau Vergueiro, Casca, Santo Antônio do Palma, São Domingos do Sul, Vanini, Davi Canabarro, Ciriaco, Serafina Correa, Guaporé, União da Serra e Montauri. O número de questionários aplicados em cada município foi proporcional ao número de propriedades que criavam suínos, considerando o número total de propriedades da região. Os questionários foram aplicados a diferentes estratos de plantel, proporcionalmente ao número existente nas regiões e nos municípios. Os estratos considerados foram: plantéis com menos de 10 cabeças no dia da entrevista, de 10 - 50, 50 - 100, 100 - 200 e mais de 200 cabeças. Para a determinação do número de questionários e estratos de plantel foram tomados como base os dados do IBGE – Censo agropecuário de 1995. As entrevistas foram realizadas em meados de agosto de 1999 e os questionários foram aplicados em agosto e setembro de 1999. A amostra representou, aproximadamente, 3% dos suinocultores da região.

3.1 - A reestruturação agroindustrial e a cadeia de suínos

As transformações que ocorreram no sistema agroalimentar mundial e nacional, nas últimas três décadas se refletiram nas cadeias de carnes e nos espaços de inserção da agricultura familiar nos mercados, principalmente, nas cadeias de aves e suínos. Ocorreram mudanças na produção, industrialização, distribuição e consumo de carnes, resultado das estratégias competitivas das empresas líderes do complexo agroindustrial, que impuseram uma dinâmica de demanda ao conjunto das empresas do setor e um novo padrão de concorrência. Carvalho Junior (1997) afirma que o conjunto das estratégias que estas firmas adotam e que as levam ao sucesso, consolida o padrão de concorrência.

Como parte da reestruturação da cadeia, a partir dos anos 70, se inicia um processo de concentração na indústria, onde um número significativo de empresas encerra suas atividades e outras são adquiridas por empresas maiores. Este processo se intensificou nos anos 80 e 90, como mostramos no primeiro capítulo. Com a concentração industrial na cadeia de suínos ocorreu a oligopolização da produção de algumas linhas de produtos como apesuntados, defumados e alguns embutidos de alto valor agregado. A oligopolização também pode ser observada na comercialização de produtos no mercado externo. Poucas empresas são responsáveis pela maior parte das exportações brasileiras de carne e outros produtos.

A reestruturação do sistema agroindustrial nacional levou as empresas do setor de carnes a uma disputa acirrada por espaços de mercado. Esta disputa por mercados, acompanhada de uma onda tecnológica intensa no campo das tecnologias genéricas, da biogenética, da nutrição animal, viabilizadas através da produção planejada e em escala, trouxe como um dos resultados a concentração da produção de suínos e a seleção de produtores na cadeia.

Às mudanças de ordem tecnológica e organizacional ocorridas na cadeia de carnes, a partir do final da década de 70 e anos 80, juntou-se o crescente aumento da influência da grande distribuição na cadeia, unia vez que é ela que está mais próxima do consumidor e melhor percebe as mudanças que ocorrem em termos de consumo. Estes dois fatores, sem dúvida, são os grandes responsáveis pelo dinamismo na cadeia de carnes e no sistema alimentar de um modo geral.

O deslocamento ou a partilha de poder entre a indústria e a grande distribuição passa a exigir da primeira, uma produção programada, dentro de padrões exigidos pelo consumidor, o que implica no controle da cadeia para trás. Esta evolução pressupõe o uso

de tecnologia de ponta, material genético de alto potencial de produção, alimentação equilibrada para os animais, programação e escala mínima de produção que viabilize a tecnologia e se reflita em queda de custos da matéria-prima e aumento da eficiência ao longo de toda a cadeia. Essa eficiência, entre outras coisas, significa dar respostas rápidas aos apelos da distribuição e do consumo. Esses fatores permitem à empresa ser competitiva, dentro da lógica e dos padrões de concorrência do mercado.

No plano da produção de suínos, a tecnologia, que de um lado aumenta a produtividade, do outro, excluiu quem não consegue acompanhar o ritmo de tecnificação da atividade. Mesmo os que conseguem acompanhar este ritmo não têm garantia de que permanecerão na atividade, se não atingirem uma escala mínima de produção no futuro.

Na cadeia de suínos, os agricultores fazem da atividade uma alternativa de renda inserindo-se nos mercados como produtores “independentes”, processando a matéria-prima através de pequenas indústrias artesanais formais ou informais ou integrando a produção nas agroindústrias através dos contratos.

Para fins de sistematização, ao longo do trabalho, definimos a questão da formalidade ou informalidade com base na existência ou não de registro de pessoa jurídica e inspeção sanitária dos produtos. As indústrias formais são pessoas jurídicas que possuem sistema de inspeção dos produtos.

3.2 – As mudanças nas formas da produção

A produção de suínos, historicamente, sempre esteve ligada à subsistência das famílias rurais e especificamente, à agricultura familiar. Esta “função” da suinocultura,

ainda está presente em milhões de pequenas propriedades distribuídas pelo país, inclusive na região sul. No Rio Grande do Sul, o Censo Agropecuário de 1995 apontou a existência de 275.000 estabelecimentos rurais que criavam suínos. Se considerarmos que, atualmente, pouco mais de 42.000 estabelecimentos têm na suinocultura uma atividade expressiva de renda, observamos também que a produção de auto-consumo está presente em mais de 65% dos estabelecimentos rurais do Estado.

A produção de suínos, no Sul do Brasil, como forma de inserção da agricultura familiar no mercado iniciou com os imigrantes italianos e alemães. No Rio Grande do Sul, a suinocultura se desenvolveu na região da Serra Gaúcha e no Vale do Taquari, estendendo-se, posteriormente, para as demais regiões do Estado e para os Estados de Santa Catarina e Paraná.

Desde a chegada dos imigrantes até o final dos anos 50, a suinocultura no Sul do Brasil atendia a função de subsistência e também, era uma das principais fontes de renda das famílias rurais. A banha era o principal produto suíno para o mercado. As raças criadas visavam a produção deste produto. Os suínos eram abatidos nas propriedades e a banha era comercializada nas cidades próximas, grandes centros, chegando até São Paulo e, em alguns casos, até o Rio de Janeiro.

A visão do comércio de suínos como perspectiva de negócio, levou comerciantes e outros agentes ligados aos pequenos agricultores a estruturarem frigoríficos de abate de suínos. A legislação federal de 1950, regulou o abate de suínos e estimulou o aparecimento de abatedouros. Este fato provocou um deslocamento gradual do abate das propriedades rurais para os frigoríficos. A atividade econômica de produção de banha nas propriedades deu lugar à produção de suínos para a venda em frigoríficos. Em 1970, como mencionamos, anteriormente, no Estado de Santa Catarina e Rio

Grande do Sul havia mais de 50 frigoríficos. Isso dá uma idéia da proliferação deste tipo de estabelecimento.

A atividade de abate nas propriedades, para a comercialização, entrou em declínio com o aparecimento dos frigoríficos, mas não se extinguiu. Ainda hoje, está presente em milhares de pequenos estabelecimentos rurais.

A produção de suínos para a comercialização, inicialmente, era realizada de forma “independente” pelos agricultores, dentro de um grau relativo de autonomia em relação ao sistema de produção, alimentação e dimensão do rebanho.

A substituição da banha pelo óleo de soja na alimentação, a modernização da agricultura, que intensificou a urbanização, modificou hábitos alimentares e transformou o abastecimento urbano de alimentos em um negócio, foram fatores que provocaram mudanças no complexo agroindustrial de carnes e na forma de produção de suínos. No plano da produção, a introdução de raças especializadas em produção de carne exigia alimentação adequada, equilibrada e novos insumos, e do outro lado, o abastecimento urbano exigia, cada vez mais, uma produção regular em termos quantitativos e qualitativos. Esses fatos levaram a um grau cada vez maior de interferência da indústria no processo de produção de suínos. A indústria passa a assumir, de fato, a coordenação da cadeia. A produção, que até então gozava de uma autonomia relativa, passou a depender cada vez mais da agroindústria. É neste contexto que o processo de integração da produção inicia no Sul do Brasil, nos anos 70 e se fortalece nos anos 80.

O processo de integração da produção de suínos, no Sul do Brasil, se estabeleceu entre a produção familiar e a agroindústria. A presença da agricultura familiar como agente de produção na cadeia parece ter sido decisiva para o êxito da contratualização

e expansão desta forma de produção de suínos. Servolin [1972] *apud* Wilkinson (1994 : 18) afirma que “para um conjunto de situações existe o que chamamos uma ‘afinidade eletiva’ entre a agroindústria e a produção familiar. Questões genéricas ligadas à natureza da produção familiar, certamente exercem uma influência – flexibilidade, intensidade, auto-motivação e o baixo custo de oportunidade da mão-de-obra. Outros fatores são igualmente importantes habilidades acumuladas em relação aos produtos visados para a integração, a capacidade para absorver tecnologia e sinergias entre os produtos visados e o conjunto das atividades da propriedade. A autonomia em relação aos meios de produção também aparece como fundamental, favorecendo a figura do proprietário”.

As integrações tiveram um papel importante na modernização da produção de suínos, a partir de meados dos anos 80 e anos 90. Wilkinson (1994 : 18) afirma que “o modelo de integração agroindustrial foi o caminho privilegiado para a modernização, quando um produto tradicionalmente cultivado no contexto da produção familiar torna a assumir a importância estratégica no mercado urbano-industrial”.

No início do processo de integração havia uma “afinidade eletiva”, onde o pequeno agricultor dentro de uma visão sistêmica de propriedade, aproveitava as sinergias entre produtos visados e o conjunto das atividades da propriedade. A habilidade acumulada em relação ao produto era importante. A agricultura familiar era valorizada porque, em função da capacidade de auto-exploração da mão-de-obra, podia suportar as crises da atividade, no caso a suinocultura.

O nível de concentração da produção na fase inicial do processo de integração era baixo. Com o avanço do processo de integração, a maior parte da produção de matéria-prima das indústrias passou a ser programada em torno de um número cada

vez menor de produtores. A indústria passou a controlar os agentes na cadeia e os mercados passaram a ser mais definidos, houve uma tendência de estabilização de preços, reduzindo o efeito das crises e, portanto, da importância da auto-exploração.

3.3 – As integrações

Neste item, de forma sintética, se pretende analisar as integrações na cadeia de suínos, com as empresas privadas e com o sistema cooperativo, enfocando os espaços de produção enquanto alternativa econômica para a produção familiar.

A produção integrada de suínos e as integrações nos seus mais diversos aspectos e cadeias foram objeto de inúmeros estudos, ao longo das últimas décadas, no meio acadêmico e nas instituições que representam os diversos atores.

Vários têm sido os debates em torno das integrações e das relações da indústria com a agricultura familiar. Este debate tem mudado o foco ao longo do tempo e nele podemos distinguir dois momentos. O primeiro momento do debate enfocou o controle, a subordinação da produção familiar à agroindústria e o controle do processo produtivo pela indústria dentro das diversas cadeias agroalimentares. Os agricultores são analisados numa perspectiva de passividade, de sujeitos impotentes ou com pouca capacidade de interferência diante do processo de integração e cuja função é a de servir de mão-de-obra para o capital. Esta primeira fase do debate em torno das integrações teve forte influência das teorias marxistas. Este enfoque pode ser observado, por exemplo, em Delato (1985) quando ele analisa a integração da produção de aves no Oeste de Santa Catarina. O segundo momento caracterizou-se pela discussão da natureza da coordenação econômica dentro das cadeias, do ambiente institucional, das formas de governança e dos tipos de contratos que se estabelecem na agricultura. Esta segunda fase do debate busca,

principalmente, na Nova Economia Institucional, na Economia dos Custos de Transação o seu aporte teórico.

Altmann (1997) enfatiza que nas relações que se estabelecem entre as agroindústrias e os produtores rurais, a estratégia das firmas agroindustriais é determinada pela dinâmica de funcionamento da economia de mercado. As firmas agroindustriais estão submetidas, de forma crescente, à coordenação dos grupos de distribuição, sobretudo grandes corporações varejistas de supermercados, que mais próximas do consumidor final, vem ganhando força e dominam o mercado.

A cadeia age como um sistema que está permanentemente sob pressão. A mola de pressão estaria localizada na questão da qualidade dos alimentos destinados ao comércio externo e também ao interno. A pressão se dá do consumidor sobre a distribuição, esta pressiona a indústria, que por sua vez, exige mais qualidade do produtor de matéria-prima. Para Mior (1992), esta situação de tensão contínua é, em grande parte, a responsável pelas mudanças constantes de postura da indústria perante a produção agrária integrada.

A contratualização da produção faz parte das estratégias adotadas pelas indústrias para atender as exigências do mercado consumidor em termos de qualidade dos produtos, regularidade de oferta e produção a baixos custos. A qualidade final dos produtos depende muito da qualidade da matéria-prima. Os contratos, que se estabelecem entre a indústria e os agricultores permitem o controle da indústria sobre a produção de suínos. Este controle se manifesta na determinação da tecnologia de produção a ser utilizada pelo agricultor, na escala e planejamento da produção, resultando na produção de matéria-prima de qualidade exigida pela indústria.

Em relação aos custos de produção, é de interesse da empresa que os preços e custos ao longo da cadeia sejam os mais baixos possíveis, desde os insumos fornecidos pela empresa aos agricultores, passando pelos insumos produzidos nas propriedades, chegando aos custos de processamento industrial. É pensando na produção a baixos custos, que as empresas, em determinadas épocas, flexibilizam os contratos de integração no sentido de permitir aos agricultores o uso de insumos próprios, como o milho por exemplo, principalmente quando estes são produzidos nas propriedades, a custos mais baixos que os fornecidos pelas empresas aos agricultores.

Dissemos que a contratualização da produção faz parte das estratégias das empresas para concorrer nos mercados. A produção programada permite regularidade no fornecimento e manutenção de um padrão de qualidade da matéria-prima. Entretanto, além da contratualização, o fornecimento de suínos para as agroindústrias poderia ser feito via mercado ou através da verticalização total da produção. Neste último caso a indústria internalizaria todo o processo. Formas mistas de abastecimento, onde se combinam aquisições no mercado com contratualizações, são encontradas na cadeia de suínos. Pequenas e médias empresas, normalmente, buscam no mercado a matéria-prima que necessitam. A internalização total da produção é cada vez menos freqüente nas indústrias. Quando ocorre a internalização, esta limita-se a uma pequena parcela ou uma etapa da produção. As empresas, estrategicamente, internalizam apenas uma fase do processo, como é o caso da produção de leitões na Sadia e Perdigão. A forma mista é a mais utilizada pelas grandes indústrias. Combinam a contratualização da produção com algumas aquisições no mercado. A maior parte da matéria-prima, entretanto, é suprida via contratualização, segundo Altmann (1997).

Os contratos de integração, que se estabelecem entre produtores de suínos e as indústrias integradoras, visam reduzir os “custos de transação”¹⁷ das empresas, melhorar a eficiência do sistema econômico. Os contratos são vistos como *forma de governança*¹⁸ *alternativa* aos mercados, dentro do ambiente institucional mutável. Os contratos, evidentemente, trazem custos extras às empresas quando comparamos esta forma de governança àquela do mercado, porém, estes custos são compensados pela organização e planejamento da produção, pela facilidade de transferência de tecnologia, pela possibilidade de produção de matéria-prima dentro dos padrões exigidos pelo mercado e pela eliminação da concorrência por matéria-prima. Eles objetivam, em última análise, “amenizar os efeitos da racionalidade limitada e o oportunismo dos agentes na cadeia” de acordo com Zylberstajn (1995). O saldo da contratualização da produção é positivo para a indústria quando comparado aos custos de suprimento de suínos via mercado.

A coordenação da cadeia de suínos pela indústria, via contratualização da produção, passa a ser importante para ela, dentro do novo contexto e da nova organização do mercado liderado pela grande distribuição. A importância da coordenação da cadeia pela indústria aumenta na medida em que aumenta o tamanho da rede de distribuição de seus produtos ou os compromissos de exportação.

¹⁷ Williamson (1993) *apud* Zylbersztajn (1995) define custo de transação como “os custos ex-ante de preparar, negociar e salvaguardar um acordo. bem como. os custos ex-post dos ajustamentos e adaptações que resultam. quando a execução de um contrato é afetada por falhas. erros, omissões e alterações inesperadas. Em suma. são os custos de conduzir o sistema econômico”.

¹⁸ Ver mais sobre formas de governança e contratos in ZYLBERSZTAJN, D. Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições. USP, FEM: Departamento de Administração. São Paulo. 1995. 238 p.

Nas integrações os contratos podem ser verbais ou escritos. Altmann (1997) cita alguns contratos que se estabelecem entre agricultores produtores de suínos e as agroindústrias. Nos *contratos de fornecimento* há apenas um compromisso, normalmente verbal, de compra dos animais por parte da agroindústria, não implicando, necessariamente, fornecimento de insumos. Nos *contratos de integração*, os insumos e a tecnologia são fornecidos pela indústria, ficando a cargo do produtor a mão-de-obra e os investimentos em instalações e equipamentos. Nos *contratos de semi-integração*, o produtor fornece parte dos insumos como o milho e leitões, responde pela mão-de-obra e investimentos em instalações e equipamentos.

3.3.1– Evolução das integrações

A integração na cadeia de suínos faz parte do contexto histórico de mudanças nos complexos agroindustriais e de mudanças tecnológicas ocorridas no inundo, no período posterior à segunda guerra mundial.

A partir dos anos 60, uma série de transformações ocorreram na agricultura brasileira, visando a modernização do setor agropecuário, tendo como base a pesquisa genética, a utilização de insuetos químicos e máquinas industriais e a extensão rural para difusão das novas tecnologias de produção aos agricultores¹⁹. A presença do Estado foi de fundamental importância na modernização agropecuária brasileira.

A modernização acelerou a urbanização, a demanda por alimentos, inclusive industrializados e de consumo de massa. O perfil da demanda também se modificou ao

¹⁹ DELGADO. G. (1985) faz uma extensa colocação do processo de modernização da agricultura no Brasil. a partir dos anos 60.

longo do tempo, obrigando as empresas do setor de carnes, e especificamente as de suínos, a se adequarem às novas demandas e exigências do mercado. A partir deste ambiente a indústria passou a estabelecer estratégias ligadas ao setor agrícola, fornecedor de matéria-prima. O processo de modernização, além de acelerar o processo de urbanização, de mudar o perfil da demanda em termos alimentares, inseriu o setor agrícola na dinâmica industrial. O setor agrícola passou a ter relação direta com o setor industrial: como consumidor de insumos gerados pela indústria e como fornecedor de matéria-prima.

Vimos que a suinocultura, até o final da década de 50 e início da década de 60, tinha como principal finalidade a produção de banha. Com a expansão do uso do óleo de soja na alimentação, ela passou a ter uma nova função, ou seja, a de produzir carne, atendendo ao novo perfil de consumo de produtos suínos. A introdução de raças de suínos tipo carne passou a ser um aspecto fundamental nesta nova etapa. As novas raças exigiam manejo adequado e alimentação balanceada, diferente daquela consumida pelos suínos tipo banha. As rações balanceadas passaram a ser outro fator importante no processo de produção de suínos. Para que este novo sistema de produção, baseado na substituição de insumos agrícolas por insumos industriais tivesse êxito, fazia-se necessário fortalecer as relações entre indústrias e produtores rurais. Esta necessidade de fortalecimento das relações entre a indústria e produtores dá início às relações contratuais, inicialmente verbais, posteriormente, escritas. Era o processo de integração que se iniciava. A indústria oferecia serviços de fomento, assistência técnica, matrizes, rações e comprava os suínos dos produtores.

Nos anos 70, as agroindústrias diversificam suas atividades, passaram a atuar em aves e estruturam modernos parques industriais e dentro deste moderno parque industrial diversificado estão as fábricas de rações para animais, indústrias de esmagamento de

oleaginosas que produziavam a proteína vegetal (farelo de soja), principal componente de suprimento de proteína na ração animal. Da produção de rações balanceadas, fornecidas a animais de alta qualidade genética, resulta a produção de matéria-prima de “excelente qualidade”, na ótica das empresas, num curto espaço de tempo, a baixos custos. A indústria se beneficiava deste processo, uma vez que, matéria-prima de boa qualidade permitia rendimento industrial diferenciado. A indústria é a maior beneficiária deste novo modelo de produção.

O estreitamento das relações entre os produtores e a agroindústria permitiu a esta última assumir, gradativamente, a coordenação da cadeia de carnes, suínos e aves. Este poder de comando da agroindústria na cadeia vai até os anos 80, quando a distribuição ganha força e passa a exercer forte influência na cadeia. Coordenando a cadeia, a indústria estabelecia estratégias de produção, para trás e para frente. Embora a indústria continue coordenando, para trás, agora, as estratégias de produção e de mercado estão cada vez mais atreladas aos ditames da grande distribuição. O poder de comando da distribuição se deve à proximidade desta com os consumidores. Ela capta as mudanças de hábito e tendências de consumo, repassando-as à indústria, que por sua vez, passa a exigir dos produtores a qualidade do produto que o consumidor deseja.

Dissemos que o controle do processo de produção, para trás, é fundamental para a indústria atender a nova dinâmica do mercado. A contratualização da produção foi o instrumento de coordenação utilizado pelas indústrias, através do qual controla a cadeia a montante. Quanto mais cresce o poder da distribuição a jusante, maior é a necessidade de controle da cadeia pela agroindústria.

O acirramento da concorrência no setor de carnes, direcionado para o mercado interno, sujeito às oscilações da economia e tendo como clientes as grandes redes de supermercados que exigem organização, planejamento e produção a preços baixos, induziram à integração da produção, busca de moderna tecnologia e produção em escala para reduzir custos e atender consumidores cada vez mais exigentes em termos de qualidade de produtos.

O processo de integração de suínos, no Brasil, iniciou em Santa Catarina, na década de setenta, segundo Waintuch (1995) e Altmann (1997). Em 1970, a Sadia e um pequeno grupo de agricultores estabeleceram os primeiros compromissos verbais de produção e entrega de suínos. Podemos dizer que é o embrião dos contratos escritos que se efetivarão a partir de 1972.

A evolução da produção integrada teve momentos de rápido crescimento e momentos de estagnação. A redução dos recursos públicos subsidiados para o financiamento da produção agropecuária, no final da década de 70 e início dos anos 80, criou um clima propício para o aumento do número de produtores integrados às agroindústrias no estado de Santa Catarina. Este foi um momento de grande evolução da integração suinícola. Os produtores passaram a buscar junto às agroindústrias os recursos que deixaram de ser repassados pelo setor público.

Embora não se negue que o processo de integração é concentrador de produção e seleciona produtores, ao longo do tempo, momentos de desconcentração da produção podem ser observados na suinocultura integrada, como o que ocorreu na década de noventa, como veremos na seqüência deste trabalho.

Um outro aspecto das integrações é que, o processo não se desenvolve com a mesma rapidez e na mesma época em todas as regiões do país e em todos os estados do sul. Enquanto em Santa Catarina o processo de integração inicia nos anos setenta e evolui rapidamente a partir do início dos anos oitenta, no Rio Grande do Sul, as integrações crescem em meados dos anos oitenta e ganham força nos anos noventa com a reestruturação do complexo agroindustrial e aquisição de unidades de abate e processamento de suínos pela Sadia e Perdigão. Na verdade, em função de custos iniciais de implantação e do tipo de mercado em que as empresas atuam, somente as maiores empresas do setor desenvolveram um sistema de integração da produção.

O caráter concentrador do processo de integração pode ser observado quando analisamos os dados do número de produtores de suínos no Estado de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, ao longo das últimas décadas. A produção se efetiva em torno de um número cada vez menor de produtores integrados. É evidente que nem toda a produção é integrada, mas os espaços de produção fora da integração tendem a se reduzir, forçando um grande número de produtores a buscar novas formas de sobrevivência e inserção na cadeia suinícola ou em outras cadeias.

Segundo Testa et alii (1996), em 1980, em Santa Catarina, 67.000 famílias tinham na suinocultura uma importante fonte de renda, em 1990 este número se reduziu para 30.000 e, em 1995, baixou para 20.000. Em 15 anos o universo de agricultores que tinham na atividade suinícola importante fonte de renda foi reduzido a menos de 1/3 do existente. Neste período, 1980 a 1995, a produção aumentou mais de 120%, segundo Altmann (1997). O número de produtores integrados passou de 3.860, em 1980, para aproximadamente 25.000 em 1988, de acordo com Waintuch (1995).

No Rio Grande do Sul, na década de 80, mais de 90.000 famílias tinham na suinocultura uma fonte de renda importante. Dados da Inspeção Veterinária e Zootécnica – SAAb do Estado (1995) mostram que este número se reduziu para 42.000, em 1995. O cadastramento de produtores de suínos realizado pela Inspeção contempla a produção de suínos para o mercado, uma vez que o mesmo era realizado por ocasião da solicitação da licença para a movimentação de animais para abate. Os dados mostram a redução do número de produtores de suínos.

Dos 42.000 suinocultores cadastrados pela SAAb em 1995, 48% eram integrados, 33% em empresas privadas e 15% em cooperativas e produziam em torno de 70% do total dos suínos abatidos. Dos integrados, 73% realizavam produção de ciclo completo, 7% produziam leitões e 20 % faziam terminação de suínos. As cooperativas respondiam por 38% dos abates sob inspeção Federal e 35 % do total. Os produtores “independentes” representavam 52 % do universo dos produtores de suínos para o mercado.

Comparando o número de produtores de suínos de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, em 1995, observamos que a concentração da produção em Santa Catarina foi mais intensa. O Estado tem metade dos produtores em relação do Rio Grande do Sul e produz 15% a mais de suínos. Estes dados se explicam, em parte, por Santa Catarina ser a sede das grandes empresas, por ser o Estado onde nasceu a integração e por possuir uma estrutura de abate mais concentrada quando comparada à do Rio Grande do Sul.

Os dados acima mostram a tendência de concentração da produção e de seleção de produtores nas integrações e na suinocultura de um modo geral, ao longo do tempo. Waintuch (1995) mostra que a seletividade na integração inicia na escolha do produtor, quando a empresa exige para se integrar, que o produtor seja proprietário de terra, que tenha capital para iniciar investimentos e que a localização do estabelecimento esteja a

uma determinada distância da indústria. As empresas se utilizam dos contratos para efetivar estratégias de concorrência nos mercados, entre elas a produção de matéria-prima em escala. As exigências contratuais para os agricultores integrados cresceram ao longo do tempo. Cresceram na medida em que foi se acirrando a concorrência no mercado. Nem todos os produtores conseguiram atender as exigências contratuais e o resultado foi a seleção.

3.3.2 – As cooperativas e a industrialização de produtos suínos

Quando se levanta a questão da inserção da agricultura familiar nos mercados, o sistema cooperativo se apresenta como uma alternativa forte, capaz de resgatar uma parcela significativa da produção familiar evitando a exclusão social. No final da década de 60 e nos anos 70, a perspectiva era de que o sistema cooperativo seria a grande força capaz de competir nos mercados interno e externo, chamando para si a tarefa social de ser o abrigo da pequena produção familiar.

As cooperativas tiveram um papel importante no processo de comercialização da produção, especialmente commodities. Elas conquistaram seu espaço e prosperaram fazendo a intermediação entre a produção agrícola e o comércio. O financiamento da atividade do sistema, até o início dos anos 80, era feito especialmente por bancos estatais. A escassez de recursos públicos para o financiamento do setor agrícola, do início dos anos oitenta em diante, afetaram também o financiamento às cooperativas. Ao longo do tempo se endividaram, basta ver o estoque da dívida do setor. Além dos problemas de financiamento, as cooperativas trazem na sua essência a rigidez no que diz respeito às decisões, que de um lado, democratiza o processo decisório e por outro, retarda algumas

decisões que são importantes na ocupação de espaços no mercado concorrido. O mercado onde atuam exige reestruturação rápida do setor, flexibilidade e versatilidade para conquistar espaços, desenvolver produtos novos, além de uma administração capacitada. A estratégia das empresas agroalimentares está centrada no desenvolvimento de produtos finais. Para o desenvolvimento de novos produtos, de produtos finais, é necessário um faturamento mínimo elevado, o que coloca as cooperativas numa situação de desvantagem em relação ao setor privado, especialmente as pequenas cooperativas, em função do endividamento, da necessidade de altos investimentos e dificuldade de acesso a recursos financeiros.

Apesar das mudanças que ocorreram no sistema agroalimentar, no complexo agroindustrial e na agropecuária de um modo geral, ainda se pode pensar no sistema cooperativo como alternativa para a produção familiar. Esta alternativa se viabiliza dentro de um novo cenário, a partir de uma reestruturação do setor, resolvendo problemas fundamentais como o endividamento, financiamento e gestão competente capaz de conciliar a questão do mercado e dos interesses dos produtores.

Vimos que as estratégias de concorrência dos grandes grupos privados que atuam no setor de carnes em nível mundial e que são adotadas pelos grandes grupos nacionais, não consideram o aspecto social e a exclusão no processo de concorrência por espaços de mercado. Este parece ser o desafio do sistema cooperativo, concorrer nos mercados com as grandes empresas e ser, ao mesmo tempo, alternativa de inserção de pequenos agricultores familiares.

Uma parcela significativa das cooperativas do sul do Brasil iniciou suas atividades comercializando cereais e oleaginosas, principalmente trigo e soja, mas as cadeias formadas em torno destas culturas começaram a perder rentabilidade, a partir do início da

década de oitenta. A estratégia adotada pelas cooperativas para fazer frente a este problema, principalmente as cooperativas do Rio Grande do Sul, foi a de estabelecer parcerias com empresas não cooperativadas dentro dos diversos ramos de atuação, entre eles o de esmagamento de soja, processamento de leite e, em alguns casos, de comercialização de grãos, principalmente soja. Nestas parcerias os associados das cooperativas produzem a matéria-prima, leite e soja e, a indústria privada, com sólida situação financeira, processa e comercializa. É o caso do leite que vai para Parmalat e para o grupo Avipal, e da soja, que vai para a Oleoplan e outras empresas.

Outra solução pensada por algumas cooperativas para o problema da rentabilidade da cadeia de cereais e oleaginosas foi a transformação de cereais e oleaginosas (soja) em carne de suínos e aves, que seriam industrializadas por elas mesmas. Na verdade, as cooperativas estavam entrando num mercado concorrido, onde atuavam grandes empresas privadas, com experiência no ramo. As cooperativas poderiam, com custos inferiores aos das grandes empresas privadas, organizar a produção de matéria-prima, no entanto, teriam que conquistar o espaço para os produtos industrializados no mercado. Com poucas exceções, como é o caso da Cooperativa dos Suinocultores de Encantado Ltda (Cosuel), que desde a sua origem atua no setor, a industrialização de carnes foi levada a cabo, ao longo do tempo, por empresas privadas, que constituíram grupos fortes capazes de competir ao nível interno e externo.

Algumas cooperativas no Sul do Brasil foram eficientes e se tornaram competitivas no concorrido mercado de carnes. Entre elas podemos citar a Cooperativa Central Oeste de Santa Catarina (Aurora), a Cooperativa Tritícola Erechinense Ltda, a Cooperativa dos Suinocultores de Encantado Ltda (Cosuel).

Um aspecto importante deve ser notado dentro das estratégias de industrialização e concorrência nos mercados no sistema cooperativo, quando comparamos o Rio Grande do Sul com Santa Catarina. No Rio Grande do Sul, 15 cooperativas (8 com inspeção federal e 7 com inspeção estadual) estruturaram ao longo do tempo, individualmente, seus parques industriais. Em Santa Catarina a estrutura de abate, comercialização e estruturação de uma marca forte está centralizada na Cooperativa Central, uma cooperativa de segundo grau que reúne 16 cooperativas de primeiro grau.

Em relação ao processo de industrialização de carnes do sistema cooperativo, em especial o do Rio Grande do Sul, cabe uma observação. Algumas cooperativas tradicionais entraram no concorrido mercado de carnes, aves e suínos, estruturaram e modernizaram seus parques industriais, desenvolveram uma marca, reestruturaram e tecnificaram a produção de matéria-prima, fizeram parcerias com empresas privadas e públicas para a transferência de tecnologia, como no melhoramento genético, e se tornaram competitivas. A estratégia e o padrão de concorrência adotado, em nada difere daquele dos grandes grupos privados. De outro lado, como afirma Benetti et alii. (1998), um número significativo de cooperativas, e aqui poderíamos incluir parte das pequenas e médias empresas privadas, tradicionais no abate de suínos, têm parque industrial defasado, estão endividadas e com sérias dificuldades para atuar nos mercados. Estas indústrias precisam se modernizar para poder concorrer no mercado, porém, têm dificuldade de acesso a recursos financeiros por causa do elevado nível de endividamento. Em junho de 1997, segundo a OCB, havia no país 1.388 cooperativas agrícolas e 859 cooperativas de crédito. Em junho de 98, de acordo com a *Gazeta Mercantil* (C-6, 15/06/98) e *Gazeta Mercantil* (C-7 de 25 e 17 06 97), a dívida total do setor cooperativo (agrícola) era de 3,8 bilhões de reais.

As cooperativas maiores, que conseguiram se estruturar, disseram que o fizeram usando as mesmas estratégias das grandes empresas. Entre estas estratégias está a produção em escala, que acaba concentrando a produção. No Rio Grande do Sul, em 1995, o nível de concentração da produção nas cooperativas bem estruturadas é maior que nas grandes empresas privadas, como veremos a seguir.

As pequenas e médias indústrias, entre elas as indústrias cooperativas no Rio Grande do Sul, têm um papel social importante na absorção da produção informal (não integrada). Estas estruturas descentralizadas de abate e industrialização são responsáveis pelo significativo volume de produção informal existente no Estado.

A participação do setor cooperativo no abate de suínos, no Estado do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, atinge 1/3 do total. Em 1990, o sistema cooperativo catarinense reunia em torno de 30% do total dos produtores de suínos do Estado e abatia em torno de 16,5% do total. Em 1998, o sistema cooperativo catarinense abateu 34% da produção. A produção independente é pouco expressiva naquele Estado.

As cooperativas do Rio Grande do Sul, no ano de 1998²⁰, foram responsáveis pelo abate de 39% do SIF (Sistema de Inspeção Federal) e 32% do total de abates do Estado. As empresas cooperativas com inspeção estadual abateram em torno de 1% do total. As 4 maiores empresas privadas abateram 57% dos suínos sob inspeção federal, e 47% do total dos abates. Em torno de 30% dos abates foram realizados por médias e pequenas empresas sob inspeção federal, estadual ou municipal, o que representou, aproximadamente, 1 milhão de cabeças abatidas.

²⁰ Tomamos como referência para efeito de cálculo os dados da tabela 7 e os dados de abate sob inspeção federal, fornecido pelo SIPS (Sindicato da Indústria processadora de suínos) do Rio Grande do Sul.

As 3 maiores cooperativas, Cotrel, Cosuel e Cooperjacuí, em 1998 abateram 64% do total abatido pelas 8 cooperativas com inspeção federal. Isso representava 25% do abate sob inspeção federal e 20% do total.

Os produtores independentes e os cooperativados, em 1995, representavam 69,2% do total, ou seja, 29.200 produtores (5.670 cooperativados e 23.394 independentes), produziam 52,1% dos suínos abatidos, totalizando 1.667.000 cabeças.

Para ter uma idéia da concentração da produção, dividimos o total dos animais abatidos em 1995 por 20 (vinte suínos terminados/porca/ano), o que nos dá o número de matrizes em produção. Sabemos que a produtividade varia entre os agricultores, para alguns é muito superior e para outros fica abaixo deste número. Considerando a produção de cada categoria (integrados da iniciativa privada, integrados do sistema cooperativo e produtores independentes), dividindo por 20 e dividindo pelo número de produtores de cada categoria, chegamos ao número de matrizes por produtor. O número de matrizes/produtor, no sistema cooperativo, ficou próximo a 8, no sistema independente ficou próximo a 2 matrizes, e nas 4 maiores empresas privadas o número de matrizes por produtor se situou próximo a 6.

A maior parte dos produtores de suínos cooperados, contratualizados, estão ligados às três maiores cooperativas do estado, que são competitivas, adotam padrão de concorrência semelhante ao dos grandes grupos, que exigem escala de produção mínima, tendo como resultado a seleção, beneficiando os agricultores de “maior eficiência”. Pelos dados colocados podemos observar que a concentração da produção no setor cooperativo do Rio Grande do Sul é maior que nas empresas privadas de integração.

3.3.3– As subintegrações

A maior parte das análises da produção integrada de suínos mostra esta forma de organização da produção como um movimento contínuo e que tende à concentração da produção, dentro de uma trajetória linear. Uma análise mais atenta da dinâmica do processo de integração da atividade suinícola, mostra que, embora caminhe no sentido de uma concentração da produção, este é constituído de movimentos, de fluxos e refluxos no sentido de concentração e desconcentração da produção. A concentração excessiva na produção de matéria-prima pode trazer riscos para o abastecimento das empresas. Fatores macroeconômicos, conjunturais ou internos às unidades produtivas, podem abalar a estrutura de produção. Para assegurar o abastecimento, as empresas, estrategicamente adotam medidas neste sentido, entre estas medidas está a flexibilização dos contratos, por exemplo, admitindo no quadro de integrados produtores não especializados, com um número relativamente baixo de matrizes.

A possibilidade de haver oscilações na produção e riscos para o abastecimento das indústrias, em determinados momentos, provoca uma reorganização na cadeia e evidencia novas formas de organização da produção, como é o caso das subintegrações.

É possível observar, e, em entrevistas com produtores e técnicos estas observações se confirmam, que a estratégia adotada pelas grandes indústrias integradoras para o aumento da produção de suínos, nos últimos anos, estava baseada em dois componentes, o uso intensivo de tecnologia moderna e a produção em escala em torno de um número cada vez mais restrito de produtores, os mais bem situados em termos econômicos. A tecnificação e o aumento da produção pressupunham investimentos em infra-estrutura nas propriedades e especialização da produção. Estimulados pelas agroindústrias, muitos agricultores realizaram investimentos com

recursos do sistema financeiro. Os juros incompatíveis com a rentabilidade da atividade levaram muitos produtores de suínos a uma situação econômica difícil, alguns chegaram a uma situação que beirava a insolvência. Esta situação era preocupante, tanto para os agricultores como para as agroindústrias. Os agricultores estavam colocando em risco o patrimônio construído durante anos e, além disso, poderiam comprometer o abastecimento de matéria-prima para as indústrias.

A partir desta situação, as indústrias passaram a flexibilizar o processo de seleção de novos produtores e as exigências de escala mínima de produção. Este contexto é confirmado por produtores e técnicos envolvidos. Estas indústrias passam a admitir como fornecedores de matéria-prima, pequenos produtores de suínos de ciclo completo, com um número pequeno de matrizes, no compromisso verbal ou escrito de entrega da produção. O movimento acelerado de produção de matéria-prima em escala, posto em marcha até então, sofreu um revés e deu lugar a um movimento estratégico de desconcentração da produção. O risco no abastecimento, decorrente de problemas na produção, como é o caso citado, ou por aumento na demanda, faz com que as empresas flexibilizem o processo de produção e admitam pequenos produtores na cadeia de produção.

Por outro lado, paralelo à flexibilização dos contratos, que dão origem às integrações e semi-integrações com pequenos produtores, ocorre um rearranjo na cadeia, evidenciando novas formas de organização da produção, como é o caso das subintegrações. As subintegrações são uma forma de “terceirização” da produção de suínos. Há um processo de subcontratação da produção por outros agentes que não a agroindústria, porém, o destino da produção continua sendo a indústria.

As subintegrações, de acordo com observações e comunicação pessoal, no caso da crise do endividamento, estabeleceram-se entre “grandes” suinocultores endividados integrados e os pequenos produtores. Os grandes suinocultores passaram a subcontratar a produção de pequenos produtores informais, repassando a produção, posteriormente, às agroindústrias integradoras.

Esta modalidade de organização da produção, a subintegração, envolveu outros agentes, além dos mencionados. Envolveu comerciantes, transportadores e pequenos produtores, tendo os primeiros, compromisso de fornecimento de insumos em alguns casos. Entre esses agentes se estabelece um compromisso de entrega da produção, cujo destino final, não eram somente às grandes empresas de integração. Muitos comerciantes e transportadores entregam os suínos, exclusivamente às grandes empresas. Outros entregam a produção a diversos frigoríficos, entre eles a SADIA e PERDIGÃO.

Em alguns casos, as subintegrações ocorrem envolvendo pequenas indústrias de rações e pequenos agricultores “independentes”. A pequena indústria de ração entrega, para os produtores que desejam, o alimento para os suínos, rações prontas, milho ou farelo de soja e, se estabelece o compromisso de entrega da produção, até o limite do valor dos insumos fornecidos pela indústria. É uma forma de financiamento da produção, principalmente a informal. Em torno desta pequena indústria se estabelece uma organização mínima da produção, inclusive com especialização e produção em pequena escala. Esta organização mínima da produção, com compromisso verbal de entrega, permite ao subintegrador estabelecer canais de comercialização, com certa antecedência. Os resultados econômicos são positivos para os produtores. No caso dos

terminadores de suínos, neste sistema, o ganho por suíno terminado é superior ao da integração com grandes empresas.

A pequena indústria de ração compra suínos, também, de pequenos produtores que não adquirem ração dela ou que eventualmente compram.

Os suínos adquiridos por estas pequenas indústrias de rações são destinados a diversos frigoríficos, parte vai às grandes empresas integradoras, no entanto, a maior parte é comercializada com pequenos e médios frigoríficos privados ou de cooperativas.

A subintegração ganhou evidência com a crise da suinocultura integrada, principalmente a grande suinocultura. No entanto, esta forma de organização da produção se estabeleceu não só em torno das grandes empresas integradoras. Ela congrega interesses de diversos agentes como pequenos agricultores que têm na suinocultura uma alternativa de renda familiar, grandes produtores endividados que necessitam de produção para fazer frente aos compromissos, comerciantes e transportadores que têm no frete uma fonte de renda, pequenas fábricas de ração que têm na alimentação animal e no frete uma atividade econômica, as grandes indústrias de suínos que recebem matéria-prima a um custo relativamente baixo ou inferior ao custo da contratualização direta, além de outros agentes que estão envolvidos indiretamente nesta cadeia. Esta forma de produção dinamiza a produção de suínos e mobiliza um número significativo de agentes no Sul do país.

As subintegrações, pela ação dos agentes envolvidos, e, em muitos casos, com a participação do poder público, através da assistência técnica e extensão rural e programas de reativação e dinamização da pequena suinocultura, possibilitou, nos últimos anos, a inserção e manutenção na atividade suinícola de um número

significativo de pequenos produtores que haviam saído ou estavam em vias de abandono da atividade. Muitas pequenas instalações passaram por pequenas reformas e foram reativadas ou mantidas em funcionamento.

3.3.4 – As tendências da produção suinícola

Os dados de produção, Tabela 6, mostram que a maior parte da produção comercial de suínos está localizada na região sul do Brasil onde predominam as unidades de produção familiar e sobre as quais está assentada esta produção. Os sistemas de produção, bem como a tecnologia de produção de suínos evoluíram ao longo do tempo, chegando ao atual estágio, onde a maior parte da produção é integrada e há um grau relativamente elevado de concentração.

A produção de suínos que está intimamente ligada à produção familiar, no sul do país, embora com tendência de concentração da produção a longo prazo, mas com movimentos elásticos de concentração e desconcentração durante a sua trajetória, deve continuar sendo produzida por produtores familiares, por uma série de razões, algumas delas expostas nos itens anteriores. No entanto, a produção que por muito tempo se concentrou no Sul do país, passou a ocupar novos espaços geográficos do território brasileiro.

As grandes empresas do setor de carne suína (Perdigão, Sadia, Ceval e Ind. e Com. de Alimentos Chapecó S.A. – SAIC) são originárias do Sul do Brasil, onde iniciaram suas atividades e montaram suas estruturas de produção e industrialização. Estas empresas, a partir dos anos 80, principalmente meados dos anos 80, dentro de uma visão estratégica de mercado, pela localização privilegiada em relação aos grandes centros consumidores,

passaram a se instalar na região sudeste, principalmente São Paulo, através da incorporação de empresas locais²¹. A produção de suínos, que era tradicionalmente “independente”, com a chegada destas empresas, gradualmente foi se integrando às agroindústrias.

A estratégia de expansão e ocupação de espaços pelas empresas considera diversos fatores. Se a proximidade dos centros de consumo levou as empresas a se instalarem na região sudeste, outros motivos, além deste, fizeram com que algumas destas mesmas empresas se estabelecessem na região Centro-Oeste do país, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás.

Entre os motivos que levaram as indústrias a se instalar no centro do país, está a questão da produção de milho, principal insumo na produção de carne suína e de aves e tem grande participação na formação dos custos de produção dos suínos. Os Estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina são deficitários na relação produção-consumo do cereal. Este déficit na produção é um fator limitante para a estratégia de expansão da produção das grandes indústrias no Sul, e que levou as grandes empresas a se instalar na região Centro-Oeste do Brasil, inicialmente no Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, e atualmente, também em Goiás. A Cevai Alimentos está presente no Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, enquanto a Sadia está estabelecida no Mato Grosso e a Perdigão em Goiás. A região é grande produtora de milho e soja, base da produção de carnes.

²¹ Ver Waintuch. J.M. Poder público e iniciativa empresarial no desenvolvimento do setor de carnes da região Oeste catarinense. Rio de Janeiro, 1995. P. 47 - 59.

Um aspecto que pesou na decisão para as indústrias se instalar na Região Centro-Oeste, foram os incentivos fiscais e financeiros concedidos pelos governos da região, de acordo com Waintauch (1995). Os incentivos financeiros foram disponibilizados através dos recursos institucionais do FDO (Fundo de Desenvolvimento do Centro Oeste), que são recursos subsidiados para investimentos de longo prazo. Parte dos incentivos financeiros vem do fundo constitucional, administrado pelo Banco do Brasil, e tem origem no recolhimento do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e, parte dele, é destinado a investimentos na região da Sudam e Sudene. Os estímulos públicos foram fundamentais para o desenvolvimento da cadeia de produção de carne suína e derivados.

A respeito da produção de suínos na região Centro Oeste, observando a Tabela 6, dois aspectos devem ser destacados: um é o pouco crescimento da produção no período de 1990 – 1998, a mesma cresceu menos de 6%, e o avanço tecnológico, que pode ser observado pelo crescimento da taxa de desfrute, que cresceu de 68 para 83,7%, elevando o abate em mais de 22% no período. O segundo aspecto é a característica da produção e os agentes envolvidos. Ela se estruturou, diferentemente do Sul, sobre grandes e médias propriedades e com características próprias. O modelo de produção do Brasil central prevê empresas rurais produzindo suínos, dentro de um sistema de complementaridade de produção da empresa. Evidentemente, será uma produção especializada, concentrada, de alta tecnologia, produzida com mão-de-obra contratada.

Após a estagnação da produção na década de 90, os investimentos estão sendo retomados. O tipo de investimento que está se concretizando nos indica que a nova suinocultura terá como características, uma certa independência entre as etapas de produção, com grandes grupos produzindo matéria-prima, buscando pacote tecnológico fechado e insumos de empresas especializadas, onde, inclusive o abate e processamento

poderá ocorrer dentro de uma etapa da especialização. Os problemas ambientais provocados pela suinocultura, na Europa, deverão trazer conseqüências negativas para o desenvolvimento da atividade, inclusive com perspectiva de redução na produção, como é o caso da Alemanha e outros países. Os problemas ambientais, aliados a problemas sanitários de alguns rebanhos, como na Holanda e França, a perspectiva de aumento no consumo de carne suína na Ásia e a concessão de incentivos fiscais para o desenvolvimento da região, estão levando grupos Holandeses e Americanos a se instalar na região Centro-Oeste. Um grupo Americano já assinou contrato de financiamento com o BNDES, para investimentos na região.

Embora a região Sul tenha a vantagem de ser declarada área livre de algumas doenças, o que a coloca numa posição de vantagem em relação ao resto do Brasil, a perspectiva futura para a agricultura familiar em termos de inserção, via cadeia de suínos, nas integrações com empresas privadas é restrita. A produção de suínos do Centro-Oeste poderá ser forte concorrente da produção familiar do sul do Brasil.

Os espaços de produção, dentro das integrações, tendem a não se ampliar na região no Sul, é possível até que ocorra uma redução. Esta redução de espaço se efetiva, inclusive com o apoio de políticas públicas que teriam a finalidade de estimular a geração de emprego e renda 110 meio rural, através da agricultura familiar, como o PRONAF. No Rio Grande do Sul, o programa financiou projetos, dentro da suinocultura, exigindo que os produtores tivessem o aval das integradoras, colocando aos pequenos agricultores como única opção a suinocultura integrada. Os agricultores eram selecionados previamente pelas empresas e pelos agentes financeiros. O processo de modernização da suinocultura estadual, bem como a reestruturação e modernização do parque industrial atual, foi

financiado com recursos públicos, linhas de crédito do BNDES, repassados através do Banco do Brasil e linhas de recursos do Banco do Estado do Rio Grande do Sul.

3.4 - A produção não integrada de suínos

Ao longo do trabalho, a produção de suínos não contratualizada, recebe as denominações de produção “independente”, informal e produção não integrada. Consideramos as três denominações como sinônimos.

Esta forma de produção remonta os primórdios da suinocultura e reinou absoluta até a década de 70. A partir deste período, a produção não integrada de suínos para comercialização, no Brasil, foi perdendo espaço para a produção integrada, dentro do contexto da reestruturação do sistema agroalimentar e das cadeias de produção de carnes. A suinocultura como atividade comercial iniciou e por muito tempo se desenvolveu no sistema de produção não integrado. Com o avanço das integrações, esta forma de produção, original, passou a representar uma forma alternativa de produção/renda, uma forma de resistência contra os riscos da exclusão do processo produtivo. Para muitos produtores passou a ser uma opção, uma escolha, uma forma de inserção no mercado.

Embora a produção não integrada, no sul do país, seja vista como produção marginal, tendo uma conotação de pouco tecnificada, atrasada, arcaica, a mesma tem mudado, ao longo do tempo, modernizando-se, e em alguns aspectos, em nada fica a dever à produção integrada em termos de eficiência técnica e, principalmente, econômica. Quando fazemos menção à produção não integrada, evidentemente, nos referimos à produção não contratualizada e que é marcada por um alto grau de heterogeneidade, em termos de sistemas de produção. A produção não integrada, para subsistência, é uma suinocultura menos avançada em termos de uso de modernas tecnologias de produção. A

produção para o mercado se aproxima muito, em termos tecnológicos, da produção contratualizada. Neste aspecto, considerando apenas o uso de tecnologia, a produção integrada é menos heterogênea.

A visão moderna de agribusiness contempla elementos como a concentração e integração da produção de matéria-prima e o nível de concentração do setor agroindustrial como parâmetros de competitividade do setor. Aachamos, porém que há outros fatores que determinam a competitividade da pequena e média indústria, como veremos no capítulo quarto. Os dados de produção e de produtores não integrados do Rio Grande do Sul mostram que a produção não integrada é menos concentrada e que faz parte de uma estrutura diversificada de renda de um grande número de pequenas propriedades rurais. A pesquisa de campo e as entrevistas têm mostrado que há uma relação estreita entre a estrutura pulverizada de abate e industrialização e a sobrevivência da produção informal.

A produção não integrada tem de ser entendida dentro de um contexto sistêmico de propriedade, onde o desempenho econômico se dá não pela atividade suinícola em si, mas é resultado da soma de uma série de fatores, entre eles, a diversificação e o grau de complementaridade das atividades. E deste ponto de vista, o maior ou menor grau de tecnificação fica relativizado, o que não significa que os produtores informais não devam considerar aspectos como a qualidade de matéria-prima exigida pelos consumidores, por exemplo.

A integração das atividades desenvolvidas na propriedade e a complementaridade entre elas resultam naquilo que se pode denominar de competitividade sistêmica e que foi a responsável, ao longo do tempo, pela sobrevivência da agricultura familiar. É neste contexto que a suinocultura independente persiste. A especialização exige produção em

escala. Muitas pequenas propriedades que produzem suínos, não têm possibilidade de produção em larga escala.

A produção informal está presente em milhões de pequenas propriedades do país como atividade de subsistência e continua presente como forma de inserção de pequenos agricultores nos mercados. A importância econômica desta forma de produção varia de região para região, de estado para estado, de acordo com o tipo e o nível de organização dos agentes na cadeia.

3.4.1 – Caracterização da produção não integrada

Para a caracterização da produção “independente” de suínos, tomamos como base a produção do Estado do Rio Grande do Sul, que foi objeto de investigação.

A produção não integrada com finalidade comercial, no Estado, segundo dados da SAAb e do IBGE, ano de 1995, abrigava em torno de 22.000 produtores e era responsável por, aproximadamente, 30% do total dos suínos abatidos. Quando somamos aos produtores com finalidade comercial, os de subsistência, o número total de produtores informais ultrapassa os 220.000. Este número mostra que a atividade está presente em mais de 50% dos estabelecimentos do Estado, e que tem uma importância econômica e social que não pode ser ignorada.

Em alguns municípios pesquisados, onde há tradição na produção de suínos, os dados mostram uma situação surpreendente em relação a produção independente. No município de Vila Maria - RS, segundo dados do Escritório Municipal da Emater/RS e do Conselho de Desenvolvimento Comunitário, 83% dos produtores não são integrados e são responsáveis por quase metade da produção de suínos do município. No município de

Camargo – RS, 85% dos suinocultores não são integrados e são responsáveis por mais de 80% da produção do município. O detalhe é que, os municípios estão localizados a menos de 20 km de Marau, onde a Perdigão tem a maior unidade de abate e processamento de suínos do Rio Grande do Sul. Grande parte da produção independente destes municípios não é destinada à Perdigão, vai para outros frigoríficos. Isso demonstra que a inserção da agricultura familiar nos mercados, via cadeia de suínos, ainda é viável, e que existe um espaço de mercado para esta forma de produção.

Quando analisamos as unidades de produção de suínos não integradas, notamos que as mesmas têm algumas características e uma lógica de reprodução diferentes das unidades integradas e que merecem algumas considerações. Uma destas características é o maior grau de diversificação da produção quando comparado com as propriedades integradas. Muitas delas buscam a competitividade através da combinação de diversos fatores e atividades. Enquanto mais da metade dos produtores integrados, onde foram aplicados os questionários, têm apenas duas atividades como fonte de renda, normalmente grãos e suínos ou leite e suínos, nas propriedades onde se produzem suínos de forma não integrada, mais de 90% das unidades de produção possuem mais de duas atividades geradoras de renda. A diversificação das fontes de renda ocupa a mão-de-obra disponível e reduz os riscos, no caso de frustração de uma atividade.

Outro aspecto importante da suinocultura não integrada é o tamanho dos plantéis que, na maioria das vezes, é inferior ao plantel dos produtores integrados, como é mostrado no item que trata da produção cooperativada.

As entrevistas mostraram que mais de 90% dos produtores independentes não deseja se integrar, por uma série de razões, entre as quais destacamos a que a escolha do agente na hora de vender é muito prezada, a criação, ampliação ou redução do plantel, de acordo com as circunstâncias é importante para o produtor, o que não seria possível se estivesse integrado. Outro aspecto importante que o produtor alega é que produzindo de forma independente ele não precisa de instalações sofisticadas.

Os poucos produtores informais que responderam que gostariam de se integrar, o fariam para poder ter acesso a recursos para investimentos, que segundo eles, na integração teriam mais facilidade de acessar, seja via empresa ou através do aval desta junto ao agente financeiro. Estas colocações trazem à tona um velho problema da produção familiar, que é a escassez de recursos para o custeio das atividades e, principalmente, recursos para investimentos.

A possibilidade de poder usar o milho produzido na propriedade é uma das vantagens apontadas pelos não integrados e pelos integrados que produzem em ciclo completo, em relação aos integrados especializados, produtores de leitões e terminadores. Segundo os produtores de ciclo completo, enquanto o terminador recebe entre R\$ 3,00 e 6,00 pelo suíno terminado, os produtores de ciclo completo recebem entre R\$ 15,00 e 25,00 por suíno²², dados de agosto de 1999.

Um aspecto importante e que merece ser destacado é o estado das instalações nas propriedades de produção não integradas. De um modo geral, as instalações destas

²² Os valores recebidos pelos agricultores são relativos à Margem Bruta (MB) da atividade. Segundo Lima. A. J. P. et al. (1995) a MB é calculada subtraindo o valor dos Custos Variáveis (CV) do valor da Produção Bruta (PB). O cálculo da margem bruta não considera os valores de depreciação das instalações e equipamentos.

unidades estão em piores condições de conservação, quando comparadas às das unidades de produção integradas.

Quando analisamos os investimentos realizados nos últimos 5 anos, vemos que, embora os agricultores integrados tenham tido, proporcionalmente, maior acesso a recursos de programas públicos ou linhas especiais de crédito da empresa para investimentos, em relação aos não integrados, a maioria dos investimentos, quer entre os integrados ou não, são realizados com recursos próprios. Isso justifica, em parte, a seleção de agricultores de melhor condição econômica por parte das integradoras. Eles teriam mais condições de realizar investimentos, independente de financiamentos.

A maior parte da produção de suínos independente é realizada em ciclo completo. Na pesquisa de campo constatou-se que, embora a suinocultura tenha uma importância significativa no total da renda das propriedades não integradas, estas não possuem um grau de especialização tão elevado quanto as integradas. A maior parte das propriedades possui, no mínimo, três fontes de renda.

Outro aspecto importante é o custeio da atividade suinícola, que normalmente é feito com recursos do agricultor. Em alguns casos o agricultor busca socorro junto ao representante comercial de algum frigorífico e paga com a venda da produção. Há casos em que o agricultor acaba se tornando tão dependente do comerciante, quanto o produtor integrado da indústria integradora, evidenciando que, para esta forma de produção, os recursos públicos para investimentos e custeio da atividade e da propriedade, de um modo geral, são vitais.

Em termos de repasse de tecnologia, a produção não integrada depende do poder público (extensão e pesquisa), de cooperativas, ou ainda, de representantes de empresas que vendem insumos. A pesquisa pública tem papel fundamental no fornecimento de

material genético de qualidade aos agricultores. A extensão ainda é um agente de fundamental importância no repasse de tecnologia e organização da produção.

A pesquisa mostrou que, apesar das dificuldades, mais de 90% dos suinocultores não integrados pretendem manter, ou ainda, ampliar (30% desejam ampliar) a atividade. Menos de 10% pretendem encerrar a atividade ou não sabem o que vão fazer com ela.

3.4.2 – A comercialização da produção não integrada no Rio Grande do Sul

O Rio Grande do Sul abateu, em 1998, 3.532.000 suínos. A estimativa é que, do total abatido, em torno de 1.100.000 suínos, foram produzidos por 22.000 produtores independentes, não integrados. O número médio de terminados/ano por unidade de produção é de 50, o que representa a produção de menos de 3 matrizes. Através de entrevistas com produtores e comerciantes procuramos identificar o destino da produção. Constatamos que, a maior parte dos suínos produzidos de maneira informal são abatidos em médios frigoríficos sob inspeção federal, nos 83 abatedouros com inspeção estadual e nos 156 abatedouros com inspeção municipal e, uma pequena parte desta produção, é comercializada com os frigoríficos das grandes empresas integradoras.

A produção independente ganha importância econômica e social para consumo nas propriedades, no abastecimento de parcela do abate das grandes indústrias que possuem sistema de integração, mas não integram estrategicamente toda a demanda, deixando uma parte ociosa da indústria que lhe permite ter uma certa flexibilidade de produção, de acordo com a conjuntura, ao longo do tempo. Ainda, a produção independente, é responsável pelo suprimento de matéria-prima dos médios e pequenos frigoríficos, além de abastecer as pequenas indústrias artesanais formais e informais.

Reafirmamos, que há uma afinidade, uma relação estreita entre a produção não integrada e as pequenas e médias empresas do setor de suínos. A sobrevivência deste tipo de produção, para a comercialização, está na dependência direta da sobrevivência das médias e pequenas indústrias, sejam elas formais ou informais. O inverso também é verdadeiro. O abastecimento destas indústrias depende da produção não integrada.

Nas análises da suinocultura não contratualizada, o problema que sempre se levanta é a questão da comercialização da produção. Aparentemente, não há um mercado seguro fora das integrações, sendo que este foi um dos motivos que induziu muitos produtores a se integrar. No entanto, a crise da suinocultura ocorrida em 1997, se encarregou de desmistificar, um pouco, o discurso da garantia de escoamento da produção integrada. A dificuldade de escoamento da produção se verificou com mais intensidade na produção integrada de algumas empresas, que deixava os suínos terminados, prontos para o abate, “estocados” nas propriedades dos agricultores, por mais de 20 dias, resultando em prejuízo aos produtores. A comercialização da produção não integrada também foi afetada, mas em menor grau, uma vez que, os agentes compradores entregam a produção para diversos frigoríficos, em diversas regiões e estados.

Ainda há espaço para a produção não integrada. Para se ter uma idéia dos espaços de mercado, um único agente regional localizado na região pesquisada, Comercial Lodi Ltda, comercializa mensalmente, mais de 6.000 suínos para 5 indústrias, entre elas uma filial da Sadia, em Três Passos - RS. Para atender a demanda, necessitaria adquirir mais de 10.000 suínos todos os meses.

Em relação ao preço do suíno, este normalmente acompanha o preço pago pela integração, mas alguns fatores fazem os preços oscilar na produção não integrada. Parte dos suínos abatidos nas empresas integradoras são adquiridos no mercado, a quantidade de suínos adquiridos varia de empresa para empresa, e que, segundo Altmann (1997), em anos normais, esta quantidade se situa entre 20 e 30%, em média. As empresas trabalham, normalmente, com os menores estoques possíveis. Em épocas de forte demanda (existem períodos no ano em que há um aumento na demanda), as indústrias integradoras disputam matéria-prima, no mercado, com as demais, forçando a alta dos preços. Os maiores beneficiários da elevação de preços são os produtores não integrados, que atuam dentro de uma forma de governança coordenada pelo mercado, ou seja, a resposta em termos de aumento de preço é rápida, acompanha o aumento da demanda. Só num segundo momento, as indústrias integradoras elevam os preços para os integrados, visando entre outras coisas, evitar o desvio de produção. Outra situação que ocorre e que acaba elevando os preços do suíno fora das integrações, é o aumento de demandas localizadas. Ocorre, às vezes, escassez de matéria-prima em determinadas regiões ou aumento da demanda pela abertura de novos mercados, forçando os preços para cima, beneficiando, desta forma, os produtores independentes.

Existem diversas formas de comercialização da produção não integrada, uma delas é a venda direta aos frigoríficos. A relação direta entre produtor e indústria cresce, na medida em que decresce o tamanho da indústria. Porém, a forma mais comum de comercialização é aquela realizada através de agentes locais, comerciantes, que escoam a produção para diversos frigoríficos. Normalmente, esses agentes têm acordo de entrega de suínos para mais de um frigorífico, dentro do estado, em estados vizinhos, como Santa

Catarina, Paraná e eventualmente São Paulo. Existem agentes de comercialização ou representantes, em quase todos os municípios das regiões produtoras de suínos.

A relação dos agricultores com os agentes traz embutida uma relação de confiança e amizade baseada na reputação do agente local e no tempo que o mesmo atua no mercado, e ele, por sua vez, conhece a indústria. Em alguns casos, a necessidade de recursos para a produção também é um fator que aproxima o produtor do comerciante ou do próprio frigorífico. Estes últimos passam a financiar parte da produção, estabelecendo-se, então, uma relação de dependência entre os agricultores e estes agentes. Este tipo de relação, há alguns anos, era mais freqüente. Atualmente, as médias indústrias e o comércio têm baixa capacidade de acumulação, e portanto, de financiar o processo produtivo.

O mercado para a produção independente é relativamente estável e regular. No entanto, é inegável que, para o futuro, ele estará na dependência da sobrevivência de pequenos e médios frigoríficos e abatedouros. Estes, principalmente os médios frigoríficos, por possuírem estrutura de custos semelhantes ou superiores aos dos grandes frigoríficos, por produzirem produtos similares aos das grandes indústrias e terem baixa capacidade de diferenciação de produtos, em função de problemas de escala de produção, do nível de endividamento, além das dificuldades de acesso a crédito para a reestruturação, podem ter dificuldades para sobreviver a uma nova onda de concentração de capital e acirramento na concorrência.

3.4.3 - Os condomínios como alternativa de sobrevivência da produção de suínos não integrada

A modernização da atividade suinícola levada a cabo nos anos 70, se concretizou com a participação efetiva do Estado, através da extensão rural pública, do crédito rural abundante e subsidiado, em parceria com as agroindústrias e entidades representativas de um segmento dos produtores, como é a ACCS (Associação Catarinense de Criadores de Suínos), no caso de Santa Catarina.

As ações do projeto de modernização, em Santa Catarina, e com algumas particularidades, também no Rio Grande do Sul, tiveram como base o melhoramento genético, que visava produzir animais tipo carne, e a substituição de insumos agrícolas por insumos industriais. A modernização lançou as bases da futura suinocultura integrada.

O processo de modernização ocorreu de forma seletiva. Esta seletividade resultava do acesso a crédito, que por sua vez dependia da adoção do novo pacote tecnológico, colocado à disposição dos agricultores. No final dos anos setenta, as indústrias internalizaram a pesquisa e assistência técnica. A perda de capacidade de financiamento por parte do Estado, que se traduziu na disponibilização de menos crédito, levou muitos produtores a se integrar.

Este contexto levou a pesquisa pública a mudar algumas linhas de investigação, voltando suas ações na busca de alternativas de viabilização da base biológica e orgânica da produção, como alimentos alternativos e equipamentos que possibilitassem o preparo de alimentos na propriedade. Estas linhas de pesquisa serviram de base para o novo foco de ação da extensão rural.

A extensão, por sua vez, volta suas ações para os agricultores não integrados. Passou a considerar a propriedade no seu aspecto sistêmico, analisando custos de produção e buscou uma nova forma de organização, os condomínios, visando a competitividade e sobrevivência dos suinocultores não integrados.

3.4.3.1 - As mudanças de postura da pesquisa e extensão rural, ao longo das décadas de 70 e 80.

Para entender a origem do programa de condomínios suinícolas no sul do Brasil, faz-se necessário entender um pouco da trajetória da pesquisa pública em suínos e da ação da extensão rural nesta atividade, principalmente a extensão rural de Santa Catarina, que iniciou e levou adiante o programa, sendo seguida, posteriormente, pela extensão do Rio Grande do Sul.

A produção de suínos, assim como outras atividades agrícolas, tem sofrido ao longo do tempo, um processo de intensa modernização do seu padrão tecnológico. Esse processo de modernização tecnológica, principalmente nos anos 70, teve como instrumentos privilegiados a pesquisa, a extensão e o crédito público. Mior (1992) afirma que a aceleração do processo de modernização, a partir do final dos anos 60, sob a intervenção direta do Estado, forja as condições para uma ampla reforma do aparato institucional público de pesquisa e extensão. É neste contexto que se cria a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e a Empresa Brasileira de Assistência técnica e Extensão Rural (EMBRATER), responsáveis pela pesquisa e extensão, em 1973/74. A EMBRAPA substituiu o Departamento Nacional de Pesquisa

e Experimentação Agropecuária (DNPEA) e a EMBRATER substituiu Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural (ABCAR).

As modificações no aparato institucional público de pesquisa trouxeram uma nova orientação, novas diretrizes para a pesquisa agropecuária. Da pesquisa com um enfoque interdisciplinar, passou-se para a pesquisa por produto. A EMBRAPA criou os centros nacionais por produto, entre eles o CNPSu, que assumiu a coordenação da pesquisa em suínos. A partir de 1978, por assumir também a coordenação do programa público de pesquisa em aves, passou a se denominar CNPSA (Centro Nacional de Pesquisa de Suínos e Aves).

A pesquisa em suínos, até a década de 70, segundo Mior (1992), era realizada por instituições públicas, principalmente Universidades, entre elas, Viçosa – MG, Santa Maria – RS e Piracicaba – SP. No final dos anos 70, os grupos privados entram na pesquisa de melhoramento genético. Entre estes grupos estão a Sadia e a AGROCERES, esta última associando-se à PIC da Inglaterra.

A pesquisa pública, nos anos 70, buscou se estruturar para atender a nova função da suinocultura, ou seja, a de fornecer proteína animal. Neste período a pesquisa foi direcionada ao melhoramento genético, com material importado, com a finalidade de produzir animais tipo carne. A partir de 1975, segundo Mior (1992), o CNPSA participa da cooperação visando a produção, melhoramento e difusão de material genético para os suinocultores. A pesquisa passou se inserir no processo de modernização da suinocultura e avicultura.

A pesquisa pública tem mudado seu foco, ao longo do tempo. Nos anos 70 os esforços foram direcionados à modernização dos sistemas de produção, via adaptação de material genético, produção de suínos tipo carne e uso de insumos industriais

(rações, concentrados e medicamentos), dentro de um modelo de produção que substituía os insumos de origem agrícola, até então utilizados, pelos de origem industrial.

Nos anos 80, a pesquisa de melhoramento genético continua, mas novas linhas de pesquisa são acrescentadas, agora não mais dentro de uma visão isolada de produto (suíno), mas dentro do contexto de propriedade, procurando estabelecer interrelações entre a suinocultura e as demais atividades da propriedade. Entre as novas linhas de pesquisa estavam a nutrição, fontes alternativas de alimentação e processamento de alimentos, enfocando procedimentos possíveis nas propriedades. O desenvolvimento de equipamentos para tostagem de soja, por exemplo, que possibilitou a substituição de concentrados industriais por soja tostada, foi um dos resultados dentro das novas linhas de pesquisa. Algumas das novas linhas de pesquisa indicavam um trajeto em sentido contrário da pesquisa dos anos 70, agora buscava a substituição de alimentos de origem industrial por alimentos de origem agrícola, elaborados nas propriedades. Os dados de pesquisa permitiam a formulação de rações balanceadas, a custos baixos em relação a ração pronta, com elementos produzidos na propriedade, adquirindo no mercado somente o complexo vitamínico e mineral.

O novo foco da pesquisa pública nos anos 80, também pode ser percebido nas linhas de pesquisa genética para a produção de animais mais rústicos, através de cruzamentos de raças tipo carne com animais nativos e no acompanhamento e avaliação físico-econômica de tecnologias alternativas em sistemas de produção.

Mior (1992) diz que é possível sentir no novo enfoque da pesquisa, um desencontro entre a pesquisa industrial, que visa a especialização com o objetivo de ampliar o controle sobre o processo agrícola, e a pesquisa pública, que tendia

potencializar a base biológica e orgânica da produção agropecuária. Isso demonstraria, segundo o autor, o grau relativo de autonomia da pesquisa pública.

Dos esforços de pesquisa em suínos, dentro deste novo enfoque, resultou uma aproximação entre a pesquisa e a extensão no sentido de potencializar a difusão de um padrão tecnológico mais consensual, o que não ocorria anteriormente.

As pesquisas geradas, segundo Mior (1992), serviram de base para as ações da extensão rural na difusão de novas formas de alimentação dos suínos, implementadas de maneira individual ou em associação com novas formas de organização da produção – os condomínios.

Em relação à extensão pública, nos anos 70, esta participou ativamente no desenvolvimento da suinocultura catarinense e gaúcha. O Estado foi decisivo no projeto de desenvolvimento da suinocultura, que no caso de Santa Catarina, envolveu a extensão rural, a ACCS (Associação Catarinense de Criadores de Suínos), a agroindústria e o sistema financeiro estadual. As ações da extensão, além de fornecer técnicos especializados para a ACCS, com a finalidade de monitorar a produção e difusão de material genético da suinocultura, se concentraram na orientação técnica aos produtores para o uso de técnicas modernas de produção, entre elas a aquisição de material genético selecionado, o uso de insumos modernos e novas instalações. O instrumento fundamental de que a extensão se utilizava era o crédito público, subsidiado e abundante, concedido a quem quisesse se enquadrar nos novos padrões de produção. Ocorria, então, “a modernização seletiva dos suinocultores de Santa Catarina”, de acordo com Mior (1992).

O projeto de modernização da suinocultura de Santa Catarina delineava a estratégia para a constituição do sistema de integração agroindustrial, com a participação efetiva do Estado através da assistência técnica e do crédito.

Ao final dos anos 70, o projeto de desenvolvimento da suinocultura, patrocinado pelo Estado, se esgotou. O crédito farto e subsidiado se reduziu drasticamente, em nível de Estado e de Brasil. A escassez de crédito, a elevação dos juros, acompanhadas da concessão seletiva de crédito pelos agentes financeiros, impulsionou o processo de integração colocado em marcha com a participação do Estado. Aliada a estas questões, e por terem sido estabelecidas as bases técnicas e as condições para o domínio de todo o processo de produção, a indústria passa a internalizar a pesquisa, a difusão de tecnologia e os métodos de difusão usados pela extensão rural.

Neste contexto, nos anos 80, a extensão muda sua postura e volta suas ações para os produtores de suínos não integrados. Enquanto na década de 70 o trabalho da extensão visava a modernização da suinocultura, via pacote tecnológico fechado e uso de insumos industriais, onde a economicidade era garantida pelo crédito rural subsidiado, nos anos 80, segundo Mior (1992), a variável central é o resultado econômico final da adoção de inovações. E dentro desta preocupação que a extensão de Santa Catarina implanta um sistema de gestão agrícola, num intercâmbio com a França. O serviço de extensão passa a ser respaldado pela pesquisa estadual, através da EMPASC (Empresa Catarinense de Pesquisa Agropecuária), que constituiu o programa de Pesquisa de sistemas integrados de Produção para Pequenas Propriedades (CPPP), com sede em Chapecó, cujo objetivo geral era desenvolver e executar um programa de pesquisa bio-econômica adequada à realidade do pequeno produtor rural de Santa Catarina.

A ação da extensão na suinocultura, nos anos 80, deve ser entendida num contexto de restrição de crédito e de crise e com um sistema de integração consolidado. As ações da extensão junto a agricultura familiar, se deram em duas direções, de acordo com Mior (1992). uma era adequar a tecnologia às condições dos produtores familiares de suínos de menor tamanho, e a outra era adequar as condições dos produtores às tecnologias existentes.

Em relação a questão da adequação da tecnologia às condições do agricultor estava a difusão de um padrão alternativo de alimentação de suínos, com uso de alimentos produzidos nas propriedades rurais, milho, soja, mandioca, adquirindo somente o complexo vitamínico e mineral. A difusão deste padrão tecnológico visava a substituição dos insuetos industriais.

Na linha de ação que visava adequar as condições dos produtores às tecnologias existentes, a extensão passou a atuar no fomento, difusão e organização da produção associativa de suínos, os condomínios.

No nosso entendimento, as mudanças em relação às novas linhas de pesquisa e a nova postura da extensão, se deveram à crise econômica que afetou a capacidade do estado de continuar bancando o processo de modernização da agropecuária nas bases anteriores, se deveram, também, ao novo arranjo de forças dentro da cadeia de suínos, onde a agroindústria passou a internalizar a pesquisa e a difusão de tecnologia e comandar o processo de produção via contratos.

No que diz respeito à nova postura da pesquisa e extensão, em nosso entendimento, esta se deveu muito às convicções ideológicas e pessoais de um grupo

de técnicos, que viam nos produtores não integrados o público a ser trabalhado. Isso, com certeza, acabou pesando mais que a própria orientação institucional.

3.4.3.2 – Os condomínios de suínos

A idéia de condomínios suinícolas no Brasil foi concebida pelo serviço de extensão rural de Santa Catarina, em 1980, inspirada em experiências francesas e espanholas.

O condomínio de suínos, caracterizado por Mior (1992), é uma organização de produtores em nível de comunidade, em sociedades produtoras de suínos, às quais, sob a forma de condomínio e participação democrática, operam unidades de produção de leitões (UPL) implantadas para tal fim ou arrendadas de terceiros . Essas sociedades vendem os leitões a preço de custo aos associados, condóminos, que promovem a recria e terminação dos animais em unidades de terminação (UT) particulares, nas respectivas propriedades.

No Rio Grande do Sul, a produção de suínos com base na agricultura de grupos, ou condominial, em alguns casos, se estendeu a outras fases do processo de produção. Alguns grupos se uniram para fazer a terminação. A forma predominante, no entanto, foi a especialização na produção de leitões. Em Santa Catarina, no decorrer do desenvolvimento do programa, foi analisada a possibilidade dos condomínios assumirem todas as fases do processo de produção e comercialização, visando ganhar eficiência em todas as fases do processo de produção e maior poder de barganha na comercialização. No estado de Santa Catarina, em função da estrutura fundiária e do relevo, a produção coletiva de suínos, concentrando todas as fases de produção num único local, se mostrou inviável pelo impacto que isto teria sobre o ambiente.

O programa de condomínios suínícolas começou a ser “gestado” em 1980, foi implantado em 1981, e em 1991 havia 196 condomínios instalados no Estado de Santa Catarina. O programa foi levado adiante pela extensão pública, com recursos públicos do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), repassados via BADESC (Banco de Desenvolvimento de Santa Catarina). A dotação inicial de recursos foi de 2 milhões de dólares, segundo Wilkinson (1998).

Afinal, quais eram os objetivos desta forma de produção? A concepção original da idéia de condomínios, segundo Wilkinson (1998), representava uma forma de pressionar, a produtividade dos produtores de suínos marginalizados da integração agroindustrial. Os objetivos dos condomínios foram definidos como o estabelecimento de um nível mínimo de organização e produção a serem alcançados, somente através de formas grupais de produção. Grupos de vizinhança poderiam construir uma sociedade baseada em cotas. As matrizes suínas seriam propriedade comum, com fase de procriação e desmame organizada em bases de trabalho assalariado. Os sócios dos condomínios (condôminos) poderiam fornecer o alimento e teriam o direito e o dever de retirar um número específico de suínos, mensalmente, para serem terminados de forma individual.

Mior (1992) afirma que, embora não fosse consensual, a idéia hegemônica que embasava a organização de condomínios na suinocultura era a de racionalizar o uso de fatores de produção, como instalações, equipamentos e mão-de-obra. E é neste sentido que se buscou uma escala mínima de produção. Em função do trabalho assalariado, a unidade de produção de leitões era dimensionada para utilizar plenamente a mão-de-obra assalariada.

Em 1991, segundo Wilkinson (1998), foi realizada uma avaliação do programa de condomínios no Estado de Santa Catarina e se constatou que, desde o início do programa até 1991, 23% dos estabelecimentos haviam desaparecido como forma de produção grupal, alguns continuaram, mas sob domínio individual.

A pesquisa mostrou, também, que os condomínios iniciaram com uma média de 9 membros, declinando para 6, em 1991. O plantel se manteve com um número acima de 50 matrizes. A produtividade atingiu 18 leitões desmamados/ano, bem acima da média dos produtores individuais do estado, que era de 12.

Os condomínios, como inovação organizacional para alcançar escala econômica na produção de suínos não integrada, segundo Wilkinson (1998), alcançaram os objetivos. No tocante ao trabalho, a produção em condomínio evidenciou duas formas de organização, na cadeia de suínos não integrada. Na primeira fase de produção dos suínos, que é coletiva, o trabalho é assalariado e nas fases seguintes, o processo de produção continua sendo desenvolvido com base na mão-de-obra familiar. O trabalho assalariado na produção familiar era esporádico, complementar. No entanto, a partir da inovação organizacional dos condomínios, ele se torna a base de produção, na primeira fase do ciclo de vida dos suínos.

O uso de mão-de-obra assalariada traz aos grupos de agricultores familiares novas questões a serem tratadas e que eram desconhecidos à maioria dos produtores. A nova organização exigia conhecimentos sobre legislação trabalhista, conhecimentos mínimos sobre administração das unidades de produção e comando de mão-de-obra assalariada. Além desses aspectos, a organização da produção em condomínios exigia um esforço de convívio harmonioso e decisões democráticas, em torno de assuntos que diziam respeito ao grupo, como investimentos, ampliação, reformas, enfim, medidas

que implicavam em gastos. A convivência democrática, às vezes, tinha que ser exercitada apesar do poder desproporcional dos indivíduos no condomínio, resultado da desproporcionalidade do número de cotas entre sócios e da capacidade de liderança de alguns membros.

Esses problemas, de um lado, proporcionaram um aprendizado sem precedentes para os agricultores familiares, e de outro, para alguns grupos, questões como as trabalhistas, trouxeram problemas com a justiça, inviabilizando economicamente alguns condomínios, em função de indenizações. A questão da relação de poder foi outro problema que levou ao desaparecimento de alguns estabelecimentos como forma de produção coletiva, tornando-se propriedades individuais. A desproporcionalidade das relações de poder interferem no funcionamento democrático dos estabelecimentos. Este aspecto foi um dos motivos que levaram os grupos, juntamente com a extensão rural a estabelecer limites na participação individual dos sócios, e na retirada do capital por ocasião da saída.

A experiência de condomínios mostrou uma face surpreendente no que diz respeito à sua capacidade de encadeamento de inovações, de ordem organizacional e tecnológica. Wilkinson (1998) diz que, independentemente dos resultados, os condomínios que inicialmente se apresentaram como uma iniciativa organizacional, rapidamente revelaram o caráter holístico de atividade inovadora. No nível tecnológico os produtores começaram a experimentar o melhoramento genético. A escala extra de insumos conduziu para demandas por instalações de plantas alimentares, como fábricas de ração nos condomínios, armazenagem comunitária de grãos e, problemas com comercialização individual estimulou planos para facilitar abates. Os condomínios concebidos como iniciativa de reação à marginalização dos produtores não integrados,

progressivamente, foram provocando uma reorganização em toda a cadeia de produção agroindustrial, em diversas regiões, como o Oeste de Santa Catarina e Noroeste do Rio Grande do Sul.

Além dos aspectos de desencadeamento de avanços tecnológicos, a iniciativa dos condomínios trouxe a necessidade de ações, no sentido de organizar, de fortalecer o conjunto desta nova forma de produção. É neste contexto que surgem as organizações de segundo grau, em nível municipal e estadual, como é o caso da Associação Estadual dos Condomínios de Suínos (AECOS), em Santa Catarina. As organizações a nível municipal e regional buscavam desenvolver ações no sentido de auxiliar o processo de produção, além de representar politicamente o conjunto desta nova forma de organização.

A implementação do programa de condomínios, no entanto, não ocorreu sem conflitos institucionais, segundo Mior (1992). A evolução dos condomínios para o armazenamento de grãos, inicialmente, colocou as cooperativas contra a extensão, pois estas viam nesta forma de organização unia concorrência, unia ameaça ao sistema, uma vez que, a maior parte delas, nasceu e se desenvolveu em torno das estruturas de armazenagem de grãos. Além do mais, na década de 70, a extensão teve participação decisiva na organização de diversas cooperativas, no Rio Grande do Sul e principalmente em Santa Catarina. Outra iniciativa que causou reação do sistema cooperativo, em Santa Catarina, foi o uso de rações caseiras pelos agricultores e nos condomínios. Evidentemente, a armazenagem comunitária, associada ao uso de rações caseiras, interferiam no comércio e armazenagem do setor cooperativo.

Ao contrário do sistema cooperativo, os grupos agroindustriais, ao invés de interpretar os condomínios como uma ameaça, eles viam nesta idéia uma oportunidade

de reestruturação da cadeia, sob novas bases de produção, que seria a produção especializada. O primeiro passo dos grupos agroindustriais neste sentido foi a apropriação do *know-how* organizacional, através da incorporação de técnicos da extensão em seus quadros e, o segundo passo foi a contratação dos serviços de extensão para repasse de informações e metodologia de trabalho ao corpo técnico. A incorporação de técnicos e metodologia da extensão, segundo Mior (1992), era uma tentativa de dar legitimidade à apropriação da nova forma de organização pelas agroindústrias. A extensão era portadora desta legitimidade²³, uma vez que, apenas ela ajudava os produtores a se organizar em grupo sem exigir contrapartida.

A tentativa de legitimar e levar adiante a idéia desta nova forma de produção pela agroindústria, pode ser percebida por ocasião da implantação das primeiras unidades de produção de leitões pela agroindústria. Os técnicos da agroindústria, independente da unidade ser individual ou coletiva, denominavam de condomínio a unidade especializada de produção de suínos.

Esta forma de organização da produção, evidentemente, não foi a única responsável pelo desencadeamento do processo de especialização da suinocultura de um modo geral e, da integrada, em especial. O processo de especialização da produção, no mundo, é anterior ao surgimento dos condomínios de suínos no Brasil. Entretanto, é indiscutível a importância da apreensão do *know-how* da produção em condomínio para o início do desenvolvimento da produção contratualizada especializada. Esta especialização na integração iniciou de forma grupai, evoluindo, posteriormente, para unidades de produção especializadas, individuais.

²³ Ver mais sobre condomínios in: Mior L.C. Empresas agroalimentares, produção agrícola familiar e competitividade no complexo carnes de Santa Catarina. Tese. CPDA, 1992, p. 211-250.

Um aspecto merece atenção na análise da adoção desta nova forma de organização pelas agroindústrias. A internalização desta forma de produção não se restringiu apenas aos aspectos organizacionais da produção. Ela permitiu que as empresas tivessem acesso às mesmas fontes de recursos do programa de condomínios, levados adiante pela extensão. As empresas passaram a concorrer pelas mesmas fontes de recursos do programa oficial de condomínios de suínos direcionados à produção não integrada. Na evolução do processo de especialização da produção, agora implementado de maneira individualizada pelos produtores integrados, as agroindústrias continuaram a buscar recursos públicos para a expansão e concretização do projeto, competindo, novamente, por recursos, com a produção não integrada.

Alguns fatores podem ser apontados como sendo os responsáveis pela estagnação do programa de condomínios de suínos nos Estados do Sul, além dos apontados no decorrer do trabalho. Um foi a instabilidade do serviço de extensão rural, provocada pela constante ameaça de desmonte e extinção. Wilkinson (1998) aponta a desarticulação dos serviços de extensão e a retirada do suporte financeiro como responsáveis pela perda de dinamismo do programa de condomínios. Os fatores apontados pelo autor criaram as condições institucionais desfavoráveis às inovações, ao programa. A adoção de contrato especializado, em larga escala, adotado pela agroindústria, a partir das experiências dos condomínios, parece ter sido decisivo para a perda de dinamismo do programa de condomínios.

É inegável que os condomínios como forma de organização da produção, que tinham como objetivo melhorar a produtividade dos produtores não integrados, através de uma escala mínima de produção, alcançaram, em parte, os resultados técnicos esperados. No entanto, segundo Wilkinson (1998), o aspecto mais importante da

experiência de condomínios é o caráter holístico de inovação. A proposta original limitada a uma intervenção cirúrgica, com o propósito de buscar espaço complementar ao da integração, apontou para a criação de novas escalas, novos aspectos de produção possíveis no sistema de agricultura familiar. De acordo com Wilkinson (1998) esta iniciativa organizacional, rapidamente assumiu nova ramificação tecnológica e administrativa e, de forma igualmente rápida, apresentou o desafio da reconstrução da cadeia. Esta iniciativa absorveu os atores dentro de um mundo de incertezas, envolvendo a apropriação, desenvolvimento e experimentação de novos conhecimentos e novas relações sociais.

4 - AS PEQUENAS INDÚSTRIAS E OS MERCADOS

4.1 - Introdução

Nos capítulos anteriores vimos que uma série de fatores influenciam a dinâmica do mercado de carnes, entre estes fatores destacamos as mudanças nos padrões alimentares, nos hábitos de consumo, que induzem os agentes nas cadeias a mudanças constantes na forma de produção, para a adequação da mesma às exigências dos consumidores, e, destacamos, também, as estratégias das grandes empresas que, pressionadas pela grande distribuição, ao longo do tempo, concentraram produção, capital e oligopolizaram o mercado de determinadas linhas de produtos. Como consequência desta dinâmica, os espaços de mercado para a agricultura familiar, em torno das grandes empresas, se restringiram.

Ao mesmo tempo em que, alguns mercados se fecharam em torno das grandes empresas e das grandes redes de distribuição, surgiram, dentro de um rearranjo dinâmico do mercado, um grande número de pequenas indústrias artesanais, formais e informais, cujos produtos, ocupam um espaço de mercado considerável em nível local e regional, principalmente, junto à estrutura da pequena e média distribuição (varejo), e que, eventualmente, consegue entrar nos grandes supermercados. Estas pequenas estruturas de abate e processamento tornam-se uma alternativa de sobrevivência para muitas famílias,

seja através da inserção na produção de matéria-prima para estas indústrias ou pelo processamento e comercialização dos produtos suínos.

As mudanças que ocorrem na cadeia de suínos, o surgimento das pequenas agroindústrias e a ocupação de espaços no mercado, só podem ser entendidas dentro de uma perspectiva dinâmica. A restrição de espaços em um determinado setor da cadeia, provoca uma reação dos demais agentes, uma reacomodação e busca de novos espaços, dentro da cadeia ou fora dela. A restrição de espaços na produção de suínos para a grande indústria, leva muitos produtores à produção independente, à agroindustrialização formal ou informal. Esta dinâmica pode ser afetada por fatores institucionais como legislação, políticas públicas de crédito, entre outros.

Em relação à indústria, mencionamos que há um domínio das grandes empresas na ocupação de espaços de mercado de produtos suínos, em nível nacional, formando uma estrutura oligopolizada. O domínio do mercado por parte desta estrutura oligopolizada pode ser percebido nas grandes redes de supermercados, Carrefour, Pão-de-Açúcar, Sendas, Bourbon-Zaffari, onde poucas grandes indústrias, entre elas Perdigão, Sadia, Ceval e Aurora, são responsáveis pela comercialização de parte significativa dos produtos básicos²⁴ e pela quase totalidade dos produtos mais elaborados, de alto valor agregado²⁵. As grandes empresas são responsáveis pela quase totalidade da comercialização de produtos de alto valor agregado, também na média e pequena distribuição. Assim sendo,

²⁴ Consideramos produtos básicos, aqueles com baixo grau de processamento e agregação de valor e produtos cujo processo de elaboração exige tecnologia relativamente simples, de baixo custo, que está disponível a “todas” as empresas que atuam no setor. Todos os produtos produzidos pelas pequenas empresas consideramos básicos, com exceção do presunto.

²⁵ Entre os produtos de alto valor agregado, que exigem tecnologia de produção mais complexa, estão os defumados, os apresuntados, alguns tipos de salame, copa e alguns outros.

temos uma estrutura oligopolizada competitiva dentro daquilo que se pode chamar de produtos básicos, principalmente, junto à grande distribuição. A estrutura oligopolizada pode ser vista na questão da diferenciação de produtos. A tecnologia utilizada por estas grandes empresas para produzir estes produtos diferenciados é inacessível ou de difícil acesso, por questões de custos, para pequenas e médias empresas. Em relação aos produtos básicos e, ou, produtos mais elaborados, a estrutura de custos das médias empresas é maior que o das grandes empresas, em função da escala de produção. As médias empresas se enquadram no conceito de “empresas marginais”, que quando conseguem entrar ou permanecer nos mercados oligopolizados, o fazem com custos dos seus produtos mais elevados em relação ao das grandes empresas. Elas passam a ter uma função de manutenção de preços dentro de estruturas oligopolizadas.

A tecnologia de produção de produtos de alto valor agregado, funciona como barreira de entrada para empresas médias e pequenas. Estes produtos exigem tecnologia de fabricação e equipamentos sofisticados e investimentos em marketing para criação de espaços de mercado. Quando se trata de produtos básicos, tipo salame, carnes e produtos cuja tecnologia é acessível a “todos”, as empresas médias, que têm estruturas de produção semelhantes e produzem produtos similares aos das grandes empresas, onde a produção em escala é o diferencial, passam a ser estratégicas para as grandes. E de interesse das empresas líderes que entrem e cumpram a função de manutenção de preços. Elas são importantes, também, quando, em épocas de crise, é preciso avançar sobre espaços de mercado das concorrentes.

As médias indústrias remanescentes no processo de transformação do sistema agroalimentar e da centralização da legislação de abate dos anos setenta, têm uma estrutura de abate e produtos semelhantes aos das grandes indústrias e estrutura de

custos maiores que as grandes estruturas. Estas, teoricamente, se enquadram como “empresas marginais” dentro da teoria dos oligopólios, como classifica Steindl *apud* Labini (1980).

Outras relações de mercado se estabelecem quando se trata de pequenas agroindústrias, formais e informais, no que diz respeito à ocupação de espaços de mercado. Estas pequenas indústrias não se enquadram no conceito de empresas marginais, no que diz respeito aos produtos básicos, que é onde está centrada a produção. Elas ocupam uma fatia considerável do mercado, no país, principalmente, dentro dos pequenos e médios distribuidores, ou seja, açougues, padarias, mini e médios mercados. Estas pequenas indústrias, pelas suas características, conseguem ser competitivas no processamento de produtos básicos e na disputa por espaços de mercado em nível local e regional. Elas possuem estruturas de custos, flexibilidade organizacional e característica de produtos, que permitem a elas, concorrer no mercado com as grades empresas. No mercado, elas teriam uma “função” inversa à das empresas marginais, enquanto estas funcionam como agentes de pressão de preços “para cima”, as pequenas empresas atuariam pressionando preços para baixo, como veremos adiante.

Pelo exposto, anteriormente, podemos perceber que, dentro de uma estrutura de mercado oligopolizado, há espaços de mercado não ocupados, estrategicamente, pelos grandes oligopólios e há espaços de mercado com características próprias, como é o das pequenas empresas, principalmente, as informais, que são inacessíveis às grandes empresas oligopolizadas. Estes mercados são inacessíveis, não somente porque são pulverizados, mas porque têm formas específicas de criação e manutenção, os produtos

têm características próprias e há uma identificação entre o consumidor destes produtos e o proprietário desta pequena indústria.

É sobre este tema, as pequenas agroindústrias formais e informais, que tratará o quarto capítulo. Com o objetivo de facilitar a análise, dividimos o capítulo em duas partes.

Na primeira parte, fazemos uma abordagem das pequenas agroindústrias formais, procurando analisar as relações que se estabelecem entre os agentes, nas pequenas cadeias que se formam em torno destas unidades de abate e processamento formal. Ademais, fazemos uma caracterização destas indústrias, identificando fornecedores de matéria-prima, a produção industrial, a comercialização da produção e a distribuição, uma vez que, entre as pequenas agroindústrias e os distribuidores, se estabelecem relações que vão além dos atos de comércio. Também procuraremos analisar as tendências de consumo de carne suína e derivados, no Rio Grande do Sul, além de identificar algumas características do consumidor de produtos suínos.

Na segunda parte do capítulo tratamos da informalidade, do processamento de produtos suínos pelas agroindústrias informais. Utilizando-nos dos dados do Censo Agropecuário - IBGE (1995 - 96) e de um estudo de caso, procuramos quantificar este tipo de produção, no Estado do Rio Grande do Sul e em um município, cujo nome mantemos em sigilo, denominamos apenas como município “X”, em respeito às pessoas que se dispuseram a falar sobre o assunto. Ao tratar da informalidade, fazemos uma caracterização da propriedade rural e da indústria, que se confundem, neste caso, do processo de comercialização, além de uma pequena abordagem sobre a legislação de abate e o PRONAF agroindústria, enquanto programa público de estímulo à agroindustrialização.

A análise que fazemos neste quarto capítulo, tem como base o levantamento de campo, realizado em agosto de 1999. Foram aplicados 3 questionários e realizadas entrevistas com diferentes agentes. Um questionário foi aplicado às pequenas agroindústrias formais, outro questionário foi aplicado ao setor de distribuição (supermercados, mercados e açougues) e um terceiro foi aplicado às agroindústrias artesanais informais (ver questionários 2, 3 e 4 – em anexo). Informaremos a metodologia de aplicação de cada questionário, de acordo com a utilização dos dados dos mesmos, no decorrer do desenvolvimento deste capítulo.

4.2 - A definição de grande, média e pequena estrutura de abate e processamento

Não é nosso objetivo fazer uma tipificação exaustiva das indústrias de abate e processamento de suínos, entretanto, é preciso que o leitor saiba sobre o tipo de empresa de que estamos falando, quando falamos de pequenos abatedouros, médias empresas e de grandes empresas oligopolizadas.

Os critérios que poderíamos adotar para fazer a classificação das empresas poderia ser o tipo de inspeção, se é federal, estadual, municipal ou não possui inspeção. Ainda poderia ser realizada uma classificação pelo número de abates/dia/estabelecimento ou ainda combinando estes fatores.

O interesse da classificação está no fato de tentar caracterizar o que seria uma *pequena empresa (indústria)*, seja, *formal ou informal*. É passar, ao leitor, uma idéia do que se entende por pequena indústria e que características marcam estas pequenas estruturas de processamento de carnes e produtos suínos, independentemente de serem formais ou informais. É enquadrar as unidades de produção num tipo, no caso, *pequenas*,

considerando as características comuns entre elas e que as diferenciam dos demais tipos. Este último aspecto é o determinante na classificação que fizemos.

Tomamos como base, para a tipificação, as empresas instaladas no Estado do Rio Grande do Sul. Fazemos um enquadramento destas indústrias, também, para poder realizar o levantamento de campo com os distribuidores, com a finalidade de identificar a origem dos produtos suínos vendidos nestes estabelecimentos distribuidores (varejistas).

Consideramos como *grandes empresas*, no Estado do Rio Grande do Sul, os estabelecimentos que abatem e/ou processam, mais de 400 suínos/dia, em média. Têm uma estrutura administrativa rígida, profissionalizada. Atuam nos mercados nacionais e regionais. Trabalham com estrutura de custos rígida e elevada, que é viabilizada pela economia de escala e diferenciação de produtos. Neste grupo encontram-se as 7 maiores empresas de abate e processamento do estado, a saber: SADIA, PERDIGÃO, COSUEL (Dália), COTREL (Nobre), PRENDA, FRANGOSUL e COTRIJACUÍ.

As *médias empresas* abatem em escala menor que as grandes empresas, entre 10 e 400 suínos/dia. São frigoríficos que têm inspeção federal ou estadual, normalmente, com uma estrutura de custos mais elevada que as grandes empresas, necessitam de uma escala de abate mínima para fazer frente aos custos. Produzem produtos similares aos das grandes empresas e disputam com elas os mesmos mercados, principalmente, dentro da linha de produtos básicos. Atuam no mercado local e, principalmente, regional e nacional. A maior parte delas se enquadraria dentro do conceito de empresa “marginal”. Entre estas estão o Frigorífico Bassanense, Cooperativa Sananduva (Majestade), Coop. Regional Tríticola Serrana Ltda, outras cooperativas e empresas particulares, entre outras. São 8 empresas com inspeção federal e 61 com inspeção estadual, com base a relação de empresas existentes em 1998.

As pequenas empresas atuam em mercados regionais e locais. Abatem menos de 10 cabeças/dia. A média, no Estado, é inferior a 3 cabeças/dia. Quando se trata de indústria informal, o número médio de abates, é inferior a 1 cabeça/dia. Têm uma estrutura de custos flexível, principalmente no item mão-de-obra. Utilizam parte considerável de mão-de-obra familiar. A organização administrativa é simplificada. Elas constroem seus mercados a partir de relações sociais, especialmente, as pequenas unidades de processamento informal. Os produtos destas empresas, a maior parte deles, têm características próprias e se identificam como produtos “coloniais”. A flexibilidade organizacional, de custos e o tipo de mercado, fazem com que estas unidades tenham escala de abate flexível. Encontram-se neste grupo 21 empresas com inspeção estadual, 176 empresas com inspeção municipal e as pequenas indústrias informais.

Esta tipificação foi utilizada para identificar a origem dos produtos suínos comercializados e a participação de pequenas empresas nos mercados regionais e locais.

4.3 - As pequenas indústrias formais

Para a análise das pequenas indústrias formais foram feitos levantamentos de dados junto a agroindústrias de abate e processamento de suínos. Foram realizadas seis entrevistas com seis unidades e aplicados questionários a cinco indústrias, das nove existentes na região²⁶.

²⁶ As unidades de abate e processamento estão localizados na região onde foram aplicados os questionários aos produtores de suínos. Foram aplicados questionários aos produtores de suínos. Foram aplicados questionários para 2 unidades de abate e processamento em Marau-RS.

Neste item procuraremos mostrar as relações econômicas e sociais que se estabelecem entre as pequenas indústrias e alguns agentes na cadeia de produção, bem como, as relações da pequena indústria com a distribuição. Analisaremos a questão da produção da matéria-prima para estas agroindústrias, o processamento, comercialização e os agentes de distribuição. Procuramos identificar algumas características do consumidor de produtos suínos, a partir da visão dos distribuidores, uma vez que, estes, estão em contato direto com consumidores.

Pela forma como a cadeia está organizada (desorganizada), as relações que se estabelecem entre os agentes, pequenas indústrias, produtores e distribuidores, são relações onde não há o domínio de um agente na cadeia, como ocorre com as grandes indústrias e os produtores integrados. Existe uma relação de equilíbrio de poder entre os agentes. Há uma quantidade significativa de agentes em cada etapa da relação produção-consumo, um número considerável de produtores de matéria-prima, de indústrias que abatem e processam, e existe um grande número de pequenos estabelecimentos varejistas que fazem a distribuição destes produtos.

Um aspecto importante a ser destacado é o caráter de informalidade destas relações. Há uma relação muito próxima entre os agentes na cadeia. Quanto menor é a unidade de abate, mais estreita é a relação entre a indústria e fornecedores de matéria-prima e entre a indústria e a distribuição. Estas relações são, em grande parte, as responsáveis pela construção e manutenção dos mercados destas empresas. Como veremos, a construção destes mercados traz consigo uma relação pessoal, de amizade, parentesco ou outra, entre os agentes.

2 unidades em Casca-RS. uma de abate e processamento e uma de processamento. 1 questionário foi aplicado a uma unidade de abate e processamento em Serafina Correa-RS.

4.3.1 – Caracterização da indústria

A maior parte das pequenas empresas formais de abate e processamento surgiu, em meados da década de 80 e, principalmente, na década de 90. A concentração de capital dentro das empresas líderes do setor, que adquiriram um grande número de médios frigoríficos e o direcionamento dos mercados destas unidades adquiridas para as grandes cadeias de distribuição, aliados à descentralização da legislação de abate, juntamente com as mudanças nos hábitos alimentares, e a especificidade de determinados mercados, acreditamos que são alguns dos fatores responsáveis pelo aparecimento de um número significativo de pequenas empresas de carnes e derivados que passaram a ocupar espaço de mercado local e regional.

Uma parte considerável das pequenas indústrias formais, iniciaram suas atividades na informalidade. Podemos dizer que, de um modo geral, estas unidades são uma evolução das pequenas indústrias informais. E, talvez, aqui esteja a origem do caráter de informalidade das relações de um número significativo destas empresas no mercado. Todas as unidades processadoras onde foram aplicados os questionários e realizadas entrevistas, iniciaram as atividades de maneira informal e funcionaram assim por alguns anos. Todos os proprietários de pequenos abatedouros ou unidades de processamento de carne suína entrevistados, têm algum vínculo com o meio rural ou com a produção de suínos, a maior parte dos proprietários de pequenas indústrias, 80% deles, eram produtores de suínos.

Um aspecto que chama a atenção é a ausência de um gerenciamento profissional, de controle efetivo dos custos de produção. Não há planejamento de curto ou longo prazo, um controle efetivo da atividade. A gestão dos recursos da empresa individual se confunde com a gestão dos recursos da família. Quando a indústria é coletiva o controle passa a ser feito pelos sócios proprietários. Das 5 empresas entrevistadas, 2 eram coletivas, tendo cada uma dois sócios. A sociedade é feita com pessoas da família ou pessoas conhecidas, que residem próximas. Apesar desta falta de organização, todos conseguem manter em dia as obrigações assumidas, sejam elas de investimentos ou de custeio da atividade, conseguindo ainda uma margem de lucro da atividade, segundo eles.

Entre os fatores de competitividade da pequena indústria, se levanta a estrutura de custos que é menor quando comparado ao da média e grande indústria. Entre os fatores que determinam os menores custos, podemos incluir a ausência de custos de coordenação da cadeia e flexibilidade de uso da mão-de-obra. O pequeno volume de abate, aliado a ausência de contratos de fornecimento, permitem às pequenas indústrias suprir a necessidade de matéria-prima via mercado. Nos levantamentos realizados, verificou-se que as cinco pequenas indústrias, onde foram aplicados os questionários, ocupavam 59 pessoas. Destas, 31 eram permanentes, registradas, 11 pessoas eram mão-de-obra temporária, na verdade não é temporária, são pessoas que trabalham em tempo parcial, sem carteira assinada e que têm no trabalho de abate e processamento uma fonte complementar de renda, normalmente são agricultores ou filho de agricultores. Para completar a mão-de-obra, identificamos 21 pessoas das famílias ocupadas no abate e processamento de carne suína. As 5 indústrias pesquisadas abatem 820 animais/mês. Isso mostra o caráter artesanal destas indústrias. A maior empresa com a

qual tivemos contato, e que é incluída no tipo média empresa, abate em torno de 600 suínos/mês, gera 24 empregos com carteira assinada e emprega mais 3 familiares.

Considerando as cinco indústrias pesquisadas, 35% da mão-de-obra é familiar. As quatro menores geram, na média, 8 postos de trabalho, de tempo integral, parcial e familiar. Quando consideramos somente as menores empresas (4), que se enquadram na categoria de pequenas empresas, vemos que o trabalho familiar representa 56% do total da mão-de-obra ocupada, ou seja, 4,5 pessoas das 8 ocupadas por indústria são pessoas da família. Isso demonstra o caráter familiar destas pequenas agroindústrias. Em relação à mão-de-obra de tempo parcial esta é a segunda em ordem de importância, representava 34% do total, seguida da mão-de-obra de tempo integral, com carteira assinada, que representava 10% da força de trabalho das pequenas empresas. Em contatos realizados com outros pequenos abatedouros, fora do rol dos entrevistados, verificamos que esta proporção de mão-de-obra familiar tende a se manter para empresas de pequeno porte.

Em função desta flexibilidade no uso da força de trabalho, o abate e processamento não é realizado diariamente, há períodos específicos na semana em que são efetuados, dentro de uma previsão de uso da força de trabalho. Os abates extras, em pequena quantidade, quando necessários, utilizam mão-de-obra familiar. Às vezes, alguns clientes necessitam de quantidade extra de carne ou derivados e as empresas suprem, diferentemente do que ocorre com as grandes empresas e atacados, que só abastecem dentro de um período pré-estabelecido.

Em relação aos proprietários de agroindústrias constatamos que, um número significativo deles, têm, além da atividade industrial, outra fonte de renda: lavoura,

pecuária ou outra. Quando ocorre contratação de mão-de-obra em tempo integral, a mesma é utilizada, também para atividades que não a de abate e processamento.

Com exceção de uma empresa, a maior, que possui inspeção estadual, as demais empresas pesquisadas têm inspeção municipal, e portanto, podem comercializar, somente, no município. No entanto, por uma série de fatores, entre eles, acordos de cooperação entre prefeituras, a comercialização, em alguns casos, é realizada também fora do âmbito municipal.

A tecnologia de produção usada pelas pequenas empresas é simples. O processo é bastante artesanal, utilizando para isso muita mão de obra. Os produtos destas empresas guardam características de produtos “coloniais”, uma vez que a maior parte dos proprietários têm origem no meio rural.

Pelo volume de abate e processamento podemos ter uma idéia da dimensão destas empresas, no Estado, em termos de abate. A maior parte delas, 74% do total das empresas sob Inspeção Estadual, de acordo com o relatório de abates sob inspeção estadual, fornecido pela Secretaria da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul, ano 1998, Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal, abateu ou processou menos de 10 cabeças/dia, a média foi de 2,7 cab./dia²⁷. As maiores abateram, em média, menos de 30 cab./dia. Cabe registrar que a maior parte das empresas com inspeção estadual, não abateram somente suínos.

Quando juntamos as indústrias sob inspeção municipal às de inspeção estadual, o percentual de empresas que abatem e processam menos de 10 cab./dia, chega a 90%, com média de abate e processamento inferior a 3 cab./dia.

²⁷ Consideramos para efeito de cálculo, 230 dias/ano de abate e processamento.

4.3.2 - A produção de suínos para as pequenas agroindústrias

O espaço de produção para a agricultura familiar dentro das cadeias, na forma de produção integrada, tende a se restringir, por uma série de fatores, que já expusemos. Dissemos que a produção informal de suínos é uma das opções para a permanência dos agricultores na atividade. A produção de suínos para o abastecimento de pequenas empresas de abate e processamento, que atuam em nível local e regional, torna-se uma alternativa para um número significativo de produtores.

A tendência da suinocultura e as estratégias das grandes empresas ao longo dos próximos anos estará voltada para a conquista de maior fatia do mercado externo. Nesta perspectiva o espaço para pequenos e médios produtores deverá se reduzir. “...a saída para eles são os nichos de mercado regionais. Um modelo praticado na Europa, onde se busca a eficiência por meio da produção setorizada”²⁸ (Anuário Brasileiro do Agribusiness, 1999, 106). Esta declaração deve ser relativizada, quando se trata da produção de suínos no sul do Brasil, pois muitos pequenos produtores produzem para as grandes empresas, que detêm parte considerável do mercado nacional de produtos suínos e são responsáveis pela maior parte das exportações. Entretanto, é importante salientar que, o mercado de suínos da produção independente está centrado, principalmente, em empresas de atuação regional e local.

²⁸ A citação entre aspas refere-se à declaração do presidente da Associação Paulista de Criadores de Suínos e do Sindicato Nacional dos Suinocultores, sr. Valdomiro Ferreira.

As pequenas empresas atuam nos mercados locais e regionais. A matéria-prima que abastece estas pequenas empresas tem origem diversa. No entanto, a maior parte dela vem da produção informal, não integrada. Algumas unidades produzem parte dos suínos abatidos. Uma parcela mínima da matéria-prima das pequenas indústrias vem de produtores integrados que desviam parte da produção. Esses agricultores são produtores não integrados.

Dissemos que o suprimento de matéria-prima das indústrias é feito via mercado, com baixos custos de coordenação na cadeia. Pode-se dizer que inexiste uma organização da produção para fornecimento de suínos, de forma regular, para estas pequenas agroindústrias.

Desta falta de organização e pelo equilíbrio de forças entre os agentes nas cadeias decorrem algumas relações interessantes. Embora o preço base do suíno na pequena indústria é o praticado pelo mercado, que diga-se de passagem, em condições normais de abastecimento, é o estabelecido pela integração, o preço pago pela pequena indústria é igual ou superior ao pago pelo mercado. “É possível pagar mais pelo suíno, principalmente, quando o suíno é bom”²⁹, diz um proprietário de abatedouro. Outro aspecto importante é o fato de haver negociação de preço e até de qualidade de produto. Esta negociação é facilitada pela diversidade de opções de venda da produção informal, que ainda existe em função da pulverização do abate no Estado do Rio Grande do Sul.

²⁹ Suíno bom é aquele que tem um peso, normalmente próximo ou acima de 100 kg, que seja tipo carne e de preferência não seja matriz ou reprodutor em vias de descarte.

Quando perguntamos, nas entrevistas, se os proprietários destes pequenos abatedouros não tinham interesse em organizar uma estrutura de produção para fornecimento de matéria-prima, com base em pequenos produtores familiares, todos responderam que “sim”. Esta organização, no entanto, depende muito de estímulos públicos, primeiro para reestruturar as pequenas indústrias, para fornecimento de material genético aos produtores, de acordo com a exigência do mercado, de assistência técnica e apoio também no sentido de organização da produção.

Os cinco estabelecimentos que abatem e processam suínos, entrevistados, necessitam de, aproximadamente, 820 suínos/mês. Isso representa a necessidade de 9.840 suínos /ano para o abastecimento das cinco empresas. Se dividirmos os suínos abatidos por 20 (terminados/porca/ano), chegamos a um número de 492 matrizes necessárias para a produção para suprir as agroindústrias. Se considerarmos 5 matrizes/propriedade, que é o dobro da média dos produtores independentes, envolveremos no processo de produção, no mínimo, 100 propriedades.

Considerando o número de animais abatidos no Estado, em um ano, pelos pequenos abatedouros, considerando o valor que o agricultor informou, em termos de margem por suíno terminado, R\$ 15 – 25,00, se pode concluir que, é possível manter ou inserir na atividade mais de 6.000 agricultores, com uma média de terminados de 20 animais/porca/ano e 5 matrizes/propriedade, recebendo uma remuneração mensal, próxima a 1 salário mínimo/propriedade.

A formação de pequenas cadeias de produção em torno de pequenas indústrias, produzindo matéria-prima para as mesmas ou se associando a elas no processamento, combinando com outras atividades possíveis nas pequenas propriedades, aproveitando a mão-de-obra disponível, dentro de uma visão sistêmica de unidade de produção, num

contexto de exclusão social no meio rural e de falta de emprego no meio urbano, estas pequenas cadeias poderão tornar-se-ão fator de inclusão social.

4.3.3 – O processo de industrialização

O processo de industrialização de carne suína e derivados, é bom lembrar, não nasceu na década de 90. O processamento de carne suína e derivados foi, como tivemos oportunidade de colocar ao longo do trabalho, urna atividade econômica desenvolvida em milhares de pequenas propriedades familiares. Esse processamento com a criação de legislação de controle sanitário dos produtos, foi dando lugar aos frigoríficos. No entanto, o processamento na propriedade para consumo e parte para comercialização, não foi extinto, totalmente. As transformações dos complexos agroindustriais, que induziram as grandes empresas a estratégias de concentração da produção, restringiram os espaços de inserção de pequenos agricultores no processo de produção da matéria-prima para a grande indústria e levaram muitos produtores a buscar uma alternativa de renda no processamento de carnes, através de implantação de pequenas indústrias ou mesmo na informalidade.

O processamento da matéria-prima nestes estabelecimentos, tanto informais quanto formais, é artesanal. As técnicas são aprendidas com os pais, na maior parte dos casos (quatro em cinco entrevistados) e foram aperfeiçoadas através de cursos proporcionados por órgãos públicos (três dos cinco entrevistados). Os vendedores de insumos para a fabricação de embutidos, às vezes, também opinam. Isso mostra que alguns processadores usam produtos químicos na elaboração de produtos, principalmente embutidos.

Algumas diferenças podem ser estabelecidas entre a grande indústria e a pequena indústria alimentar de um modo geral e, em particular, a indústria de transformação de carne suína e derivados.

A grande indústria, ao mesmo tempo em que diversifica a linha de produtos produzidos, homogeneiza o padrão dos produtos como salame, presunto, mortadela e outros e passa a imagem, através de marketing, que produto de qualidade é o que tem o gosto e o sabor dos seus produtos. A grande indústria trabalha com escala de produção e não tem muita alternativa a não ser padronizar produto e zelar pela sua conservação, através do uso de produtos químicos. Estes tendem a aumentar sua importância numa relação direta com o aumento da escala de produção. A escala de produção impõe exigências em termos de qualidade de produtos, entendida como características microbiológicas e padrão em termos de sabor e paladar.

As pequenas indústrias artesanais atendem nichos de mercado, locais e regionais. O sentido de regional, neste caso, tem que ser entendido como um grupo de pessoas que habitam determinada região, que têm uma origem e uma cultura própria, têm hábitos alimentares particulares. Esta regionalização existe em relação ao país, dentro dos Estados e, às vezes, há diferenciação em termos de hábitos de consumo, dentro das próprias regiões. A produção das pequenas indústrias atende a estas diferenças regionais e, portanto, têm um mercado próprio. Seus produtos têm um forte apelo de volta às origens, de puro, entendido como sem produtos químicos, como produto honesto, colonial, remete ao meio de onde veio grande parte da população urbana atual, nas últimas três décadas. A ideia de rural, colonial e o sabor especial, valorizam os produtos que têm esta marca, esta conotação.

As características dos produtos, juntamente com os preços competitivos, são fatores fundamentais de concorrência dos produtos das pequenas empresas nos mercados. Aliam-se a estes dois aspectos a localização estratégica das pequenas empresas em relação aos mercados, os baixos custos de distribuição quando comparados aos das grandes empresas e a flexibilidade de negociação com a pequena distribuição, que é pulverizada.

O preço não é um fator fundamental na questão da comercialização, como veremos quando analisarmos a distribuição. É importante, mas não é tudo. O preço ganha importância entre consumidores de baixa renda, porém, o que se observa é que, a população de baixa renda não representa o principal mercado para a maioria dos produtos das pequenas indústrias. Isto pode ser observado, também, no comércio de produtos artesanais que vem da informalidade.

Um aspecto que mostra a força do apelo de origem, se é que assim se pode dizer, no consumo de produtos que tenham o “rótulo” de colonial, é o estudo encomendado e a tentativa de lançamento de salame e salsichão colonial, por uma grande empresa do setor de processamento de suínos.

A pequena indústria trabalha especificamente com produtos cárneos e derivados. Ela não trabalha com diferenciação e diversificação de produtos, nem lança produtos específicos para consumidores de alta renda, como fazem as grandes empresas. A tecnologia e os custos desta tecnologia são muito elevados para os padrões das pequenas indústrias. Em alguns casos, poucos, se observa que algumas indústrias, produzem uma determinada linha de produto, exemplo salsichão, de baixo valor, que é destinado a pequenos mercados localizados em regiões de população de baixa renda, como periferia de grandes cidades. A diferenciação de produto em termos de valor, pode ser observada

quando as empresas começam a crescer e se expandir. Não é comum, entretanto, entre pequenas empresas.

A Tabela 10, abaixo, mostra a gama de produtos produzidos pelas pequenas indústrias com as quais desenvolvemos nosso trabalho de campo.

Pela Tabela se pode observar que as pequenas indústrias têm o seu faturamento centrado em 3 produtos: carne in natura, principalmente costela (entregam outros coitês, quando solicitados), salsichão e salame colonial.

Tabela 10 - Produção média mensal dos últimos 12 meses, em kg, e % de cada item no total da produção.

Estabelecimento	1	2	3	4	5	sub-total	% sobre o total
Carne <i>in natura</i>	700	370	2.000	900	12.000	15970	33,62%
Salame colonial	1300	850	1.000	1.850	5.500	10500	22,10%
Banha	750	600	800	170	300	2620	5,51%
Presunto					200	200	0,42%
Salsichão	420	300	1.000	950	12.800	15470	32,56%
Lingüicinha	180			150		330	0,70%
Bacon defumado	50	20				70	0,14%
Costela defumada	25					25	0,05%
Copa		40		150		190	0,40%
Ossinho	40	40	50	100		230	0,50%
Lingüiça defumada					1.000	1000	2,10%
Outros embutidos (morcela, queijo...)	35	130	130	30	200	525	1,10%
Outros produtos		150	20	200		370	0,80%
TOTAL	3500	2500	5000	4500	32000	47500	100%

Fonte: dados fornecidos pelos responsáveis pelos estabelecimentos, valores arredondados.

Quando perguntamos aos proprietários, quais eram os produtos cujas características eram responsáveis pelas vendas da indústria e era a marca registrada na cabeça dos consumidores, com exceção de um estabelecimento, cujo produto de ponta

era o salsichão, os demais responderam que era o salame colonial. No levantamento feito junto aos mercados da região, constatou-se que a relação de venda entre salame da grande indústria e salame colonial é de 1 : 10 . De acordo com os responsáveis pelos mercados, o sabor característico e o preço são os fatores que determinam esta proporção em favor do salame colonial da pequena indústria.

Aqui cabem algumas considerações em torno da comercialização de produtos suínos das pequenas indústrias, em relação ao das grandes. A tentativa das grandes empresas de entrar na produção de produtos “tipo colonial”, como o salsichão e salame, demonstra que estes produtos, produzidos pelas pequenas indústrias formais e informais, têm um espaço de mercado próprio. Há uma tentativa de apropriação destes produtos pelas grandes empresas. As características desta linha de produtos se sobrepõem ao preço. Se o preço fosse fator determinante na comercialização, não teríamos uma desproporção tão grande entre a venda de salame industrial e colonial. O salame industrial tem uma relação de preço de 1,5 - 2,0 : 1, quando comparado ao salame colonial. Se o preço fosse decisivo, esta teria que ser a proporção de venda entre os dois produtos. Um outro aspecto quando comparamos produtos das grandes empresas com os das pequenas, é que os produtos das últimas, freqüentemente, são taxados de produtos de baixa qualidade, que são comercializados para camadas da população de baixa renda. No decorrer deste capítulo, veremos que esta afirmação não é verdadeira. Não duvidamos que há casos em que os produtos de pequenas indústrias tenham problemas de qualidade e que devam ser resolvidos. A generalização da afirmação é que não está correta. As grandes empresas também têm problemas com a qualidade de seus produtos. A propósito, embora não seja o tema central da dissertação e não se pretende discuti-lo aqui, o que é qualidade?

4.3.4 – A comercialização dos produtos

Os produtos, sob o aspecto legal da inspeção, só podem ser distribuídos nos mercados locais e regionais (Estado). A maior parte das empresas tem inspeção municipal e algumas estadual. O que se verifica é que, um número significativo de empresas, independentemente do sistema de inspeção, comercializa produtos no mercado local e regional. No mercado regional o destino são as cidades-pólo e as regiões metropolitanas.

A distribuição de produtos de pequenas empresas com inspeção municipal no mercado regional levanta algumas discussões interessantes. Uma delas é o fato de um produto inspecionado num município não poder ser vendido em outro, uma vez que, a finalidade da inspeção nos municípios é preservar a saúde pública.

Um segundo aspecto importante é o fato da legislação que regula os abates em nível de país ter sido descentralizada em 1989, após um longo período de centralização total, que se estendeu de 1971 a 1989 e, estrategicamente, não terem mudado as exigências em termos de padrão de plantas. Este fato, em função do volume de investimentos necessários para atender as exigências da legislação para ter inspeção estadual, impossibilita a expansão dos mercados por parte das pequenas indústrias, levando-as à clandestinidade. O mesmo se pode dizer do abate e comercialização feito pela indústria artesanal informal. Esta situação, ao mesmo tempo, o que impossibilita as pequenas empresas, legalmente, a buscar mercados regionais, prejudica quem investiu para se adequar à legislação e sofre a concorrência dos “clandestinos”. A questão é polêmica e precisa ser pensada.

Fazemos um pequeno parêntese para registrar que há interesses e disputas de poder envolvidos na legislação de abate. A concorrência das pequenas empresas nos mercados é

sentida pelas grandes indústrias que admitem não haver mais barreiras à entrada de novas empresas, ou muito pouco podem fazer para evitar a entrada de novas indústrias, no setor de carnes, dentro da linha de produtos básicos.

Nos mercados regionais, consideramos duas as principais barreiras de entrada de novas empresas no mercado: a falta de linhas de crédito específico para pequenas empresas e a legislação de abate, que é muito exigente em termos de estrutura, refletindo-se nos custos dos investimentos necessários. Em tempos em que o mercado interno é o principal responsável pelo consumo de carnes, não é de interesse das grandes empresas disputar linhas de crédito com as pequenas e nem abrandar a legislação em termos sanitários e de estrutura de abate, que poderá significar redução dos espaços internos de mercado. A via política é, sem dúvida, o principal instrumento para manutenção do *status quo* em nível nacional e que traz reflexos aos mercados regionais.

Voltando ao tema da distribuição dos produtos das pequenas empresas, pelo levantamento realizado, constatou-se que a maior parte desta, é feita pelas próprias indústrias. Muito pouco é entregue para atacadistas, como veremos na Tabela 11. A entrega é feita diretamente pelas indústrias nos pontos de venda.

Na tabela a seguir podemos ver o destino da produção das pequenas indústrias³⁰. Os dados dizem respeito às indústrias da região onde foram realizados os levantamentos, e que, guardadas as devidas proporções, podem ser extrapolados para as demais pequenas indústrias formais da região sul do país.

³⁰ Para a elaboração da tabela foram somados os dados fornecidos por cada agroindústria e, no final, foi calculado o percentual de participação de cada agente de distribuição.

Tabela 11 - Destino da produção das indústrias para os diversos agentes, em kg, e % de cada agente no processo de comercialização dos produtos.

Estabelecimento	1	2	3	4	5	Sub-total	% sobre o Total
Atacadista					2.880	2.880	6,0%
Grandes Mercados		625				625	1,3%
Médios Mercados		500	3.000	2.475	9.600	15.575	32,7%
Pequenos (merc. e açougues)	2.975	1.250	1500	1.935	19.200	26.860	57,0%
Direto consumidor	525	125	500	90	320	1.560	3,0%
Total	3500	2500	5000	4500	32.000	47.500	100,0%

Fonte: Dados levantados pelo autor junto a distribuição.

A comercialização via atacadistas inicia quando os abatedouros, as indústrias ampliam sua escala de produção e não conseguem mais fazer a distribuição através de sua própria estrutura. Aumentos na escala de produção, nestes casos, significam aumentos nos custos de distribuição e exigem uma nova logística. O atacado é uma alternativa para o problema.

Os dados comprovam que a comercialização dos produtos das pequenas empresas se dá, principalmente, através de pequenos e médios mercados e açougues. A pulverização destes mercados determina custos de distribuição muito elevados para as grandes indústrias no abastecimento destes mercados. A localização das pequenas indústrias que estão próximas a estes pontos de venda, são fator de competitividade para elas. Voltamos a salientar que a localização, por si só, não é o fator determinante da competitividade das pequenas indústrias formais e informais. Estas empresas ocupam um espaço de mercado próprio, que é determinado pelas características dos produtos e por relações sociais.

Em relação ao preço dos produtos na venda para o varejo, estes não são formados a partir dos praticados pela grande indústria. Os parâmetros que norteiam a

formação dos preços no mercado de “produtos coloniais”, ou seja, os processados por pequenas empresas, são os preços praticados pelas pequenas indústrias concorrentes e pelas indústrias artesanais informais. São considerados os custos de produção dos produtos e, posteriormente, é colocada uma margem de lucro, de acordo com o preço praticado pelo mercado deste tipo de produto.

A maior parte dos pequenos empresários começou como abatedores e processadores informais, registrando-se posteriormente. Mesmo assim há queixas por parte deles contra o comércio informal, em função do preço praticado pela informalidade. A reclamação que a grande indústria faz da pequena, esta faz da informalidade, no entanto, os pequenos empresários formais concordam que todos devem ter um meio de sobrevivência, de ganhar a vida.

Algumas questões merecem registro, quando se trata de criação de mercado para produtos de pequenas indústrias. Parte considerável dos proprietários de pequenos estabelecimentos formais de abate e processamento iniciaram na informalidade. A abertura dos mercados está fundada sobre relações sociais de parentesco e de amizade, reputação pessoal entre outras. O nome da empresa confunde-se com a reputação do proprietário. Nos primeiros anos de vida das empresas, estas guardam aspectos de informalidade na sua relação como os mercados.

A abertura de novos mercados para os produtos destas empresas, num primeiro momento é realizada com apoio de pessoas conhecidas, através de parentes, amigos e conhecidos e numa fase posterior, é feita diretamente pela indústria, aproveitando o conhecimento acumulado, utilizando-se inclusive de vendedores. Esta última fase, se pode dizer que, é a fase de terceirização de parte do processo de comercialização.

Enquanto as indústrias produzem em escala reduzida, onde não há a imposição de um limite mínimo de produção, as estruturas de custos (alguns) são flexíveis. Podem usar, predominantemente, mão-de-obra familiar. A comercialização dos produtos é feita diretamente pelos proprietários. Estabelecem-se relações diretas entre o proprietário da indústria e o varejista. O varejista ouve o cliente e repassa a opinião do consumidor a respeito dos produtos ao processador. Há um compromisso pessoal do proprietário da indústria em relação à qualidade do produto, às negociações de preços, prazos etc.

Na fase de terceirização de vendas, a indústria assume compromissos de entrega mais volumosos, tem que montar uma estrutura de produção e de custos menos flexível, mais elevados, tende a elevar-se o custo da distribuição. O aumento da escala de produção de forma artesanal, traz problemas de qualidade de produto, padrão de produção e necessidade de uso de insumos industriais convencionais, faz-se necessário uma alteração no padrão do produto. A indústria passa, neste momento, a ter custos de distribuição elevados, muda o padrão dos produtos e passa a se identificar mais com as grandes indústrias, que com os produtos coloniais. Apesar do preço final do produto ser competitivo em relação ao da grande indústria, esta indústria passa a ter dois concorrentes, a grande e a pequena indústria. A perda do contato direto do proprietário com o varejista, sem ter um mecanismo que traga a visão do consumidor a respeito dos produtos, passa a ser um problema.

Considerada a gestão deficiente das pequenas empresas, o mercado cada vez mais concorrido, a falta de planejamento, o momento de transição, colocado no parágrafo anterior, é crítico para a sobrevivência da empresa.

Ao perguntar aos proprietários, o que eles consideravam fundamental para a manutenção do mercado para os produtos da sua indústria: i) 100% responderam que era preciso manter a qualidade dos produtos, qualidade esta entendida como manutenção das características de produto colonial, dentro de um padrão adequado e permanente, e entendida também como sinônimo de produto produzido em condições higiênicas; ii) 80% responderam que é preciso trabalhar e entregar sempre produtos “frescos”, dado que, os clientes, por exigência dos consumidores não aceitam produtos suínos congelados, principalmente carne; iii) 60% disseram que o preço tem que ser compatível, aliado a este, o varejista preza muito a relação de confiança com a indústria, que se confunde com a do proprietário e a confiança nos produtos por ela produzidos; outros fatores como garantia e regularidade de entrega foram apontados como fatores que determinam a manutenção do mercado.

No caso de venda direta da indústria para o consumidor final, é possível avaliar o que o consumidor quer de um produto derivado de carne suína. De acordo com a indústria, os consumidores querem, em primeiro lugar, pouca ou nenhuma gordura na carne; exigem que os produtos tenham efetivamente as características de produtos coloniais; e querem preços adequados, principalmente os consumidores de baixa renda. Preço, em nenhum momento foi o fator indicado como decisivo na comercialização da produção, mas torna-se um problema quando é considerado abusivo.

4.3.5 - A distribuição e consumo de carne suína e derivados

Para entender um pouco mais sobre o processo de comercialização de carne suína e derivados, pelas pequenas empresas, entrevistamos os proprietários de 12

mercados e aplicamos questionários em 10 estabelecimentos (ver questionário nº 3 – em anexo). Os estabelecimentos onde foram aplicados os questionários representam em torno de 10% do universo dos estabelecimentos que comercializam carne suína e derivados na região que engloba os 16 municípios já citados. Foram aplicados questionários e entrevistados proprietários de pontos de venda de diversos tamanhos.

Quando fazemos referência à distribuição, estamos falando de todos os pontos de venda de carne suína e derivados. A distribuição é o elo entre o consumidor e a indústria. Na análise da distribuição, além dos aspectos da dinâmica do mercado de carnes, procuramos identificar o comportamento do consumidor, a partir da ótica do distribuidor.

Como afirmamos, ao fazer referência à distribuição, estamos falando dos diversos agentes que comercializam carne e derivados para o varejo ou para o consumidor. Uma das características destes agentes que comercializam para os consumidores é a grande variação de tamanhos que existe entre eles. A distribuição é realizada dentro de um espectro de dimensões de estabelecimentos que vai desde as grandes redes de mercados e hipermercados, até pequenos açougues, localizados em pequenas cidades ou em periferias de grandes cidades e regiões metropolitanas. A figura do açougue, podemos dizer, que aos poucos, vai dando lugar a estaturas do tipo pequenos mercados, que comercializam diversos produtos, com comércio de carnes em anexo.

Quanto maior é o ponto de venda, maior tende a ser a gama de produtos suínos e derivados, vendidos no estabelecimento, como podemos ver no levantamento realizado. Evidentemente, que alguns produtos de baixo consumo e produção em pequena escala não estão nesta relação.

Na Tabela 12 podemos identificar os principais produtos suínos comercializados pelos mercados onde foram aplicados os questionários. Entre os produtos que se comercializam estão salame (colonial e industrial)³¹, presunto (colonial e industrial), salsichão (colonial e industrial), mortadela, apresuntado, carne *in nutum*, ossos, bacon e outros produtos como morcela, queijo de porco, torresmo, patê, linguiça defumada e banha.

Tabela 12 – Principais produtos suínos comercializados pelos estabelecimentos distribuidores, média mensal em kg.

Prod. / mercado I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Salame Colonial	160	60	300	50	50	100	100	300	40	35	1195
Mortadela	120	40	5	100	80	180	350	200	330	140	1645
Presunto Industrial	40	0	0	0	0	10	8	20	60	60	198
Salsichão colonial	280	70	50	200	200	200	0	400	200	30	1630
Salsichão industrial	0	0	0	0	100	0	200	300	150	40	790
Carne <i>in natura</i>	200	100	200	60	500	300	200	800	160	140	2660
Ossos	200	60	0	0	300	0	0	0	0	0	560
Apresuntado	0	18	0	10	10	100	0	30	60	25	253
Salame industrial	10	5	20	0	25	8	25	10	10	10	123
Bacon	15	10	0	0	0	0	0	0	0	5	30
Outros	0	0	70	20	20	30	0	35	40	45	260
Presunto colonial	0	0	25	0	0	0	0	0	0	0	25
TOTAL	1025	363	670	440	1285	928	883	2095	1050	530	9269

Fonte: dados fornecidos pelos estabelecimentos.

³¹ A distinção entre colonial e industrial é relativa ao processo de fabricação e características dos produtos. Os produtos coloniais são produzidos de forma artesanal, eles têm sabor e características peculiares e são produzidos por pequenas unidades de produção formais e informais. Os produtos industriais são produzidos pelas médias e grandes empresas, têm um padrão de produção e características próprias em termos de processo de fabricação e sabor. Utilizam insumos modernos de produção e os produtos tendem a uma homogeneização em termos de características físico-químicas e de sabor.

Para entender melhor algumas considerações que faremos, com base nos dados da tabela, procuramos colocar os estabelecimentos em ordem crescente de tamanho e obedece ao critério de superfície (metro quadrado). O tamanho cresce do 1 para o 10.

Ao observarmos atentamente a Tabela, vemos que, a escala de vendas, nem sempre guarda uma relação com o tamanho do distribuidor (varejista). A escala de vendas, acreditamos, pode ser explicada por várias razões.

A primeira, não em ordem de importância, é a rede de relações que se estabelece em torno de pequenos varejistas, principalmente em pequenas cidades e periferias de grandes cidades e regiões metropolitanas, onde relações de amizade, confiança, localização, tratamento quase familiar prestado e, muitas vezes, uma identidade de origem, faz com que um grupo de consumidores busque estes estabelecimentos para compra de produtos.

A idéia de que ao consumidor basta preço baixo e qualidade, e é isso que o consumidor vem buscar no varejista, independente de tamanho, está sendo contestada dentro das próprias associações comerciais e entidades ligadas aos supermercados. Preço e qualidade são importantes, porém, o consumidor, às vezes, busca algo mais, ou, se não busca e encontra, com certeza valoriza. Nas entrevistas e na aplicação dos questionários verificou-se que, nos estabelecimentos varejistas onde há um contato direto e informal entre o consumidor e vendedor, vendedor entendido como proprietário do estabelecimento ou pessoa que o represente, o nível de vendas e o movimento do supermercado são superiores em relação aos estabelecimentos que não adotam esta prática. Alguns mercados estão capacitando pessoas para, junto com os gerentes e proprietários, dar atendimento personalizado aos clientes, não somente no que se refere a compras.

Outra razão que explica o consumo é a preferência de um grupo de consumidores por produtos coloniais. Há um grupo significativo de consumidores que ao chegar ao estabelecimento pedem produtos coloniais. Os pequenos estabelecimentos trabalham com uma quantidade significativa de produtos que vêm de pequenas indústrias artesanais formais e até informais. Esta quantidade é superior àquela que os mercados maiores trabalham. Os produtos adquiridos junto a pequenas empresas e a informalidade têm preços mais baixos quando comparados aos das grandes empresas. A preferência dos consumidores por produtos coloniais e o preço mais elevado dos produtos que vêm das grandes indústrias, deduzimos, são os responsáveis pelas vendas significativas dos estabelecimentos distribuidores de menor tamanho.

Tabela 13 - Origem dos produtos suínos vendidos nos diferentes estabelecimentos, média mensal, em percentual.

Fornecedores	Mercado									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Grandes indústrias	20	35	10	30	25	35	75	25	75	60
Médias indústrias	42	10	15	10	25	15	5	0	5	20
Pequenas Indústrias	38	50	15	20	20	50	20	75	20	20
Abatidos pelos mercados sem inspeção e informalidade	0	5	60	40	30	0	0	0	0	0

Fonte: Tabela elaborada pelo autor

A Tabela 13 foi montada com base nos dados de comercialização da Tabela 12. Os dados expressam, em percentual, a origem dos produtos comercializados nos estabelecimentos distribuidores.

Pela Tabela é possível notar a tendência de aumento da participação das grandes empresas como fornecedores dos mercados à medida que aumenta o tamanho dos estabelecimentos distribuidores.

No caso particular do varejista 8, ele obedece à lógica dos pequenos distribuidores porque o mesmo é proprietário de um pequeno abatedouro, com inspeção municipal. Ele compra produtos de grandes e médias empresas apenas para atender um grupo de clientes que demandam tais produtos. Entre estes clientes estão assalariados que demandam produtos de menor valor, como mortadela e alguns tipos de salsichão.

As grandes empresas atuam também ao nível regional, mas comercializam seus produtos, prioritariamente, via grandes redes de distribuição, nos grandes centros consumidores como São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, outras capitais e cidades de porte médio. Isso foi constatado através de conversas informais com responsáveis por compras, nestas grandes redes. A grande distribuição prefere comprar de grandes frigoríficos que conseguem manter regularidade no abastecimento porque têm capacidade adequada de armazenagem e têm produção programada de matéria-prima. Além disso conseguem manter um padrão dos produtos, mesmo com alta demanda. Algumas empresas, atuam quase que exclusivamente, em grandes centros urbanos, é o caso da PRENDA, que comercializa seus produtos, no Estado, somente na sede da empresa, em Santa Rosa. Quase toda a produção vai para fora do Estado, principalmente, São Paulo.

Um aspecto importante do ponto de vista econômico e social é a presença de produtos sem inspeção sanitária nos mercados, apesar de toda a repressão. Ela se mostrou significativa, uma vez que era de se esperar que não existisse dentro das vias normais (formais) de comercialização. Isso demonstra que a repressão, via legislação sanitária, pode não ser o caminho para que a população tenha acesso a produtos de qualidade, com garantia de inspeção sanitária. É questionável a tentativa de legalização de estabelecimentos informais, que visa arrecadar impostos, mas que se esconde atrás do pretexto da proteção da saúde pública. A legislação rígida em termos de exigência de estrutura de abate e a questão fiscal contribuem para a informalidade. As estruturas públicas atuais que fiscalizam, têm dificuldades de dar uma resposta ao problema.

Quando juntamos os dados da origem dos produtos suínos vendidos nos estabelecimentos onde foram aplicados os questionários, chegamos a alguns números que refletem uma realidade regional, e que, talvez, poderia ser estendida a outras regiões que tenham características semelhantes.

As grandes empresas (os 7 grandes frigoríficos) são responsáveis por, aproximadamente, 37% do abastecimento dos estabelecimentos, as médias empresas por 15%, as pequenas empresas por 38% do total e a informalidade por 10%. Quando se juntam a informalidade e as pequenas empresas formais este valor atinge 48% do total do abastecimento de carne suína e derivados. As pequenas unidades de processamento e distribuição são responsáveis por parte significativa do dinamismo econômico regional. A partir destes dados, é possível perceber o âmbito de atuação das pequenas e média empresas. Estas atuam em mercados locais e regionais. E outra observação que se pode fazer é que, embora não esteja explicitado nas tabelas, o espaço

de mercado regional que as grandes empresas ocupam, está baseado em produtos processados como mortadela, apresuntados e outros produtos de alto valor agregado.

Os estabelecimentos distribuidores informam que, em relação ao abastecimento feito por grandes empresas, não há flexibilidade para negociar preços, nem prazos de pagamento, a não ser quando se trata de grandes redes de distribuição, supermercados ou hipermercados. Os pequenos mercados não têm acesso aos benefícios como prazos maiores, produtos para promoções, que são concedidos às cinco grandes redes. Os prazos de pagamento, por exemplo, variavam de 7 a 21 dias. O benefício do prazo maior é para grandes distribuidores. Os produtos das grandes empresas são distribuídos, normalmente, por atacadistas. Uma outra particularidade, é que para pequenas quantidades de produto, os atacadistas não voltam a abastecer pequenos mercados, fora da periodicidade normal de entrega, como fazem as pequenas empresas.

Em relação às pequenas e médias empresas, os pequenos distribuidores afirmam que é possível negociar prazos e preços. As pequenas empresas trabalham com prazos de 20 a 30 dias. Há uma proximidade entre o proprietário do abatedouro e o varejista, o que permite uma troca rápida de informações a respeito do que pensa o consumidor a respeito dos produtos e o que é preciso mudar para atender melhor o consumidor. O pequeno abatedouro entrega produto com mais frequência, o que permite ter sempre produto fresco no estabelecimento. Frequentemente, os pequenos abatedouros preparam alguns produtos especiais, por encomenda. Isso é positivo para os varejistas.

Os aspectos negativos que se colocam dos produtos dos pequenos abatedouros e processadores são as variações no padrão de qualidade. Há variação no tempero e na composição, às vezes. Nem sempre e nem todas as empresas mantêm o padrão. A reação dos consumidores é rápida e forte. Isso ocorre com frequência em pequenos

frigoríficos que, sem planejar a estrutura de produção, resolvem colocar vendedores para seus produtos, necessitando, desta forma, aumentar num curto espaço de tempo a escala de produção. Acontece, também, com alguns pequenos abatedouros que resolvem, deliberadamente, mudar o gosto e o padrão do produto, usam matéria-prima inadequada, ou ainda, ocorre problemas no processo de elaboração dos produtos.

Pelo que foi exposto, podemos perceber que os produtos de pequenas empresas, que têm características próprias, ocupam um espaço próprio, no mercado. A construção destes mercados se faz dentro de relações sociais, que envolvem uma quantidade considerável de agentes, entre eles, produtores rurais, pequenas indústrias e pequenos distribuidores.

4.3.6 – O consumidor

A identificação de algumas características dos consumidores se torna importante, uma vez que, através dela, é possível identificar as tendências de consumo e os fatores que afetam a demanda de produtos suínos e derivados.

Pelas dificuldades que teríamos em realizar uma pesquisa diretamente com os consumidores, tentando caracterizá-los, em função da falta de tempo e estrutura, utilizamos o questionário dos distribuidores para tentar captar um pouco do perfil destes consumidores. O perfil do consumidor, portanto, é traçado com base na ótica da distribuição.

Quando perguntamos aos distribuidores se era possível distinguir categorias de renda dos consumidores, relacionando-as aos produtos consumidos, 100% dos

entrevistados responderam que era possível. Os consumidores, de um modo geral, pertencem a categorias de renda diversas e aqui a renda determina o consumo.

Em relação ao consumo de carne suína in !mima, especificamente, perguntou-se em que categoria de renda se dá o consumo. As respostas foram: 50% disseram que a maior parte dos consumidores pertence à faixa de renda média e assalariados, 20% responderam que a maior parte dos consumidores pertencem à faixa de *renda alta*, 10% à faixa de *renda baixa*³² e 20% responderam que os consumidores se enquadravam em duas categorias de renda, ou seja, a maior parte dos consumidores de carne suína pertenciam à faixa de renda *média e assalariados e renda alta*. Isso mostra que a carne suína ainda é um produto consumido, prioritariamente, por uma camada da população que deténs renda média-alta.

Um aspecto que consideramos relevante nas entrevistas e conversas informais, é que, a carne suína ou derivados sempre estão presentes nos estabelecimentos distribuidores, contrariamente, ao que acontecia a alguns anos atrás, às vezes, faltam alguns produtos. A falta de carne, é mais freqüente que outros produtos, principalmente, em pequenos estabelecimentos que fazem o próprio abate, informal.

Em relação à freqüência de consumo da carne subia, 90% dos distribuidores disseram que os consumidores de carne suína compram carne, semanalmente, não compram grandes quantidades de carne e querem sempre carnes frescas. Entre as carnes consumidas estão a costela, costela com filé, paleta e pernil. Dos distribuidores, 10% afirmaram que os consumidores de carne suína são consumidores eventuais.

³² O estabelecimento que informou que os menores consumidores de carne suína em a população de baixa renda. vende grande quantidade de “ossinho de porco- e confundiu. portanto. carne suína com osso. Este estabelecimento está localizado numa região onde grande paute dos consumidores são de baixa renda.

Verificando a informação, constatamos que neste estabelecimento a presença de carne suína é eventual e o próprio estabelecimento faz o abate.

Grande parte dos consumidores, quando procuram carne suína, já têm uma concepção prévia do produto que querem. Quando foi perguntado aos estabelecimentos de distribuição quais eram as principais causas de reclamações em relação à carne suína, 90% disseram que os consumidores reclamam do excesso de gordura na carne, 50% informaram que os consumidores reclamam de carnes congeladas. Há uma rejeição aos produtos congelados. E 40% dos estabelecimentos informaram que os consumidores reclamam do preço da carne. Nesta questão da pesquisa, podiam ser apontadas diversas alternativas como resposta. O preço não é a principal causa de reclamação entre os consumidores de carne suína.

Entre os consumidores e os estabelecimentos que fazem a distribuição dos produtos, com já mencionamos, se estabelecem relações que vão além das relações mercantis, propriamente ditas. Por exemplo, todos os estabelecimentos pesquisados informaram que há fidelidade de uma parcela considerável dos consumidores em relação ao estabelecimento. Parcela considerável faz compras regularmente no estabelecimento, e 100% dos estabelecimentos atribuem a fidelidade às relações de confiança e amizade que se estabelecem entre a distribuição e o consumidor. Essas relações sociais são mais estreitas quando envolvem pequenos estabelecimentos e consumidores. Alguns varejistas se deram conta da importância destas relações na hora do cliente decidir a escolha do local para a realização das compras e estão montando uma estrutura de atendimento especial aos clientes.

Todos os varejistas afirmaram que há uma preocupação dos consumidores em relação à qualidade dos produtos. Do total dos varejistas entrevistados, 60% disseram que mais de 50% dos consumidores têm preocupação com qualidade, 20% responderam que entre 10 e 30% dos consumidores têm preocupação com qualidade, 10% disseram que entre 30 e 50% dos consumidores se preocupam com qualidade do produto, e 10% informaram que menos de 10% dos consumidores têm preocupação com qualidade dos produtos consumidos. Embora sem poder precisar o percentual efetivo de consumidores que têm preocupação com qualidade de produto, é possível ver que o assunto “qualidade” faz parte do cotidiano de uma parcela dos consumidores.

O entendimento do que seja qualidade para o consumidor, foi um aspecto levantado na entrevista. Primeiramente, 100% dos informantes responderam que os consumidores avaliam qualidade dos produtos pelo aspecto visual. Dentro de um quadro de possibilidade de escolha de diversos itens, 90% dos varejistas disseram que os consumidores associam qualidade e baixa quantidade de gordura, 60% responderam que os consumidores associam qualidade à carnes frescas, 60% responderam que os consumidores associam qualidade à higiene no abate, processamento, armazenagem e higiene no local de comercialização. Uma parcela considerável dos consumidores tem preocupação com a origem do produto, quer saber se o estabelecimento de onde vem o produto é de pessoa confiável ou não. Às vezes, a inspeção oficial não é suficiente para garantir qualidade do produto, os consumidores desconfiam de alguns estabelecimentos. Quando o produto tem origem na informalidade e é comercializado nos estabelecimentos distribuidores, muitos consumidores querem saber a origem do produto. Neste caso há uma associação da reputação do fornecedor ou vendedor com

a qualidade do produto. Isso demonstra que o mercado informal tem como base as relações de confiança entre os agentes (vendedor e comprador).

O aspecto qualidade, quando associado ao sabor e características de produtos, pode ter significado diferente para diferentes grupos de consumidores. Vimos que os distribuidores compram determinados produtos de grandes empresas, exemplo salame, porque um grupo de consumidores, mesmo que minoritário, prefere estes produtos. Para este grupo de consumidores, qualidade se confunde com produtos da empresa “X”, que tem um gosto e um sabor característico e é um produto padronizado. Neste caso, a mídia tem papel importante no convencimento dos consumidores, associando qualidade a um determinado produto de uma dada empresa. Para um grupo significativo de consumidores, qualidade se confunde com produtos que tem o gosto e as características de produtos coloniais. No caso de salame, a maior parte dos consumidores prefere o salame colonial. As pequenas empresas formais e informais não fazem propaganda de seus produtos nos meios de comunicação. A implicação disso é que, os consumidores, por força da mídia, podem mudar o seu conceito de qualidade. E em que pese o alto preço, os produtos convencionais das grandes empresas podem passar a incorporar o sentido de “produto de qualidade”. De outro lado, as grandes empresas podem, também, vendo nos produtos coloniais uma oportunidade de negócio, associar a idéia de qualidade a produto colonial, lançando uma linha de produtos com estas características, reforçando, entretanto, a idéia de que, produto colonial de qualidade é o da grande empresa, apropriando-se, assim, deste mercado. As preferências dos consumidores podem se tornar oportunidades de inserção de pequenos agentes no mercado, assim como, podem representar mais uma oportunidade de negócio para grandes empresas.

Dissemos que a idéia de qualidade está, também, associada a produtos coloniais. Os consumidores destes produtos entendem que a qualidade está ligada a fatores como ausência ou a pouca utilização de produtos químicos na fabricação, está ligada a um padrão de tempero e gosto. Quando um destes fatores está ausente, os consumidores reclamam. Em relação a fatores como higiene e sanidade, embora haja uma preocupação por parte do consumidor, ainda é dado um voto de confiança ao fabricante. A credibilidade social do fabricante se associa ao produto.

Quando se faz referência à marca de produto, de acordo com os varejistas, aos consumidores, pode ter o sentido de produto de uma empresa específica ou de um produto genérico, que tem característica própria, como é o caso do produto colonial.

Junto aos distribuidores varejistas, tentamos identificar a existência de consumidores que, na aquisição de produtos suínos e derivados, pedem produtos por marca. Todos os estabelecimentos distribuidores disseram que há consumidores que pedem produtos pela marca. Essa marca pode ser entendida, como dissemos, produto de determinado fabricante ou produto colonial.

Uma pequena parcela de consumidores pede produtos, principalmente salame e presunto de empresa específica. Normalmente, são consumidores de alto poder aquisitivo, que têm mais acesso a informações e são mais sensíveis aos apelos da mídia. Todos os mercados, pequenos ou grandes reservam um espaço, maior ou menor, para os produtos destas empresas que são consumidos por esta “categoria- de consumidores. Grandes redes de supermercados trabalham mais com os produtos de grandes empresas, que as pequenas redes e o pequeno varejo.

Uma parcela significativa, maior que a anterior, de poder aquisitivo que vai desde renda média, assalariados e de renda alta, pedem produtos coloniais. O salame colonial é talvez, o produto símbolo, desta solicitação de “marca”.

4.4 – O processamento informai como alternativa de renda

No item anterior, com base em dados levantados junto a pequenas indústrias, distribuidores e produtores, fizemos algumas colocações a respeito das pequenas indústrias formais, onde foram levantados alguns elementos de discussão sobre a possibilidade de organização da produção de matéria-prima em torno das pequenas empresas. Foram analisados os espaços de mercado ocupados pela pequena indústria formal, junto aos distribuidores. Ainda, foram identificadas algumas características desta distribuição, bem como, algumas tendências de consumo e a visão dos consumidores em torno da carne suína e derivados.

Quando identificamos na pequena indústria unia possibilidade de inserção da agricultura familiar estamos fazendo referência à possibilidade de produção de suínos vivos para este agente, formando pequenas cadeias organizadas em torno dela, assim como, estamos delineando a possibilidade dos agricultores familiares processarem a matéria-prima, montando pequenas agroindústrias e agregando valor à produção.

Até o momento falamos das pequenas indústrias constituídas como pessoas jurídicas e que possuem um sistema de inspeção dos produtos, sem entrar no mérito se o sistema de inspeção é eficiente ou não.

A partir deste momento entraremos numa outra discussão, que é a informalidade. Procuraremos mostrar alguns aspectos do processamento de carne suína e derivados feito de modo informal, ou seja, feito sem que seja constituída uma pessoa jurídica ou tenha um sistema de acompanhamento e inspeção sanitária dos produtos.

Existem poucas informações e pouca bibliografia disponível sobre o tema da “informalidade”. Quando é feita menção à informalidade, ela sempre é enfocada sob o aspecto da legalidade e sob o aspecto econômico, desvinculada do contexto social onde está inserida. A informalidade está presente em quase todos os segmentos e atividades desenvolvidas na sociedade, com grau de incidência variável. Pela dificuldade de quantificar, às vezes, as estimativas passam longe da realidade. Para exemplificar, a *Folha de São Paulo* 3.1, de 16/12/1999, traz a informação, citando como fonte dos dados o Ministério da Agricultura e Secretarias Estaduais de Agricultura, de que, 42% da carne bovina, 46% do leite, 25% da carne de frango e 19% da carne suína consumida no país, não têm controle sanitário, são comercializados informalmente. Procuraremos mostrar com números que, no caso de suínos, de acordo com o estudo de caso, a informalidade representa mais do que os dados oficiais indicam. Ela tem raízes sociais, faz parte da dinâmica de adaptação e sobrevivência das pessoas, no contexto das transformações econômicas e sociais que ocorrem nesta sociedade. E o tratamento a ser dispensado a ela, não pode se restringir aos aspectos legais e econômicos.

Para o desenvolvimento do tema, utilizamos dados oficiais de abate e comercialização de suínos, Censo Agropecuário 1995 – 1996, entrevistas e dados levantados num estudo de caso, na região. O município onde foram realizados os levantamentos será denominado de “X”, procurando evitar que o nome das pessoas que

forneceram informações confidenciais sobre abate e comercialização de suínos, sejam revelados.

Inicialmente, foi feito um levantamento das pequenas indústrias artesanais informais existentes no município. Foram identificadas IO pequenas unidades de processamento, todas localizadas em pequenas propriedades no meio rural. Do total, foram tomadas 6 unidades para aplicação de questionário (ver em anexo – questionário nº 4). O resultado deste levantamento pode ser visto no decorrer da última parte deste capítulo.

4.4.1– Alguns aspectos da informalidade

O abate e o processamento de suínos não são atividades novas no meio rural. É uma prática atual e generalizada, quando se trata de abate e processamento para consumo. É uma prática antiga, como atividade mercantil e, ainda existe, apesar de toda a repressão da legislação sanitária e fiscal. Esta prática mercantil, no Brasil, é anterior à própria legislação fiscal e sanitária que a colocou na informalidade e que a reprime.

A partir da década de 50, no Sul do Brasil, com o aparecimento dos frigoríficos, o abate nas propriedades foi reduzindo sua importância como atividade econômica para a maioria das propriedades rurais, passou para a informalidade, no entanto, ele nunca deixou de existir. A atividade atendia duas funções: uma de subsistência, ou seja, produzir alimento para a família, e a outra era a de propiciar renda, através da comercialização, principalmente, de banha, para o meio urbano. Esta atividade, ao longo do tempo, com o processo de modernização da agricultura e da suinocultura, foi dando lugar à produção de suínos como fonte de renda para a agricultura familiar. O abate e processamento concentraram-se nos frigoríficos. Entretanto, o abate para consumo nas propriedades

continua, basta ver os dados do IBGE – Censo Agropecuário 95 –96, e os abates para a comercialização também.

As mudanças que ocorreram no setor agroalimentar e nas cadeias de produção, entre elas a de suínos, como vimos, restringiram os espaços de produção e excluíram agricultores. A restrição de espaços e a exclusão das cadeias fazem com que os agricultores busquem formas de se adaptar ao contexto das mudanças. A adaptação ao contexto pode se dar através da busca novas alternativas de renda em outras cadeias, tentando se adaptar ao novo contexto da atividade, modernizando-se e produzindo dentro dos novos padrões e exigências, ou ainda, buscando outras formas de sobrevivência, entre estas formas de sobrevivência estaria a agregação de valor dos produtos, a industrialização informal da produção suína ou outro produto.

A informalidade é resultado do tipo de relação que existe entre o Estado e a sociedade civil, de acordo com Portes (1994). A história passada e a natureza da autoridade do Estado, fazem com que as atividades econômicas sejam mais ou menos informais. O informal pode ser perseguido em uma determinada sociedade e pode ser perfeitamente legal em outra.

A informalidade não surge espontaneamente, ela é resultado de transformações da sociedade, que induzem à busca de alternativas de sobrevivência. Ela pode não ser legal mas é legítima enquanto forma de sobrevivência para o agente e sua família. A repressão pura e simples não a extingue, ela sempre vai encontrar formas novas de existência porque ocupa espaços próprios de mercado. Ela não acaba porque é resultado de relações sociais, onde ambos, consumidores e produtores, de comum acordo, criam a informalidade e a tornam legítima. A vontade das partes envolvidas fazem a existência deste tipo de mercado.

O mercado informal surge por necessidade de renda e não por falha no abastecimento de produtos nos mercados, até porque, a maior parte desta produção não passa por mercados formais. No município onde foi realizada a pesquisa sobre a informalidade, existe um abatedouro legalizado, com inspeção municipal e uma fábrica de embutidos. Estas indústrias legalizadas, por muito tempo foram informais. Nos municípios vizinhos, em cada município existe um ou mais abatedouros legalizados e distantes 17 km do município pesquisado, existem duas grandes unidades industriais da Perdigão. Isso prova que a existência da informalidade não decorre de problemas de abastecimento.

O mercado que se forma a partir da informalidade é resultado de extrapolações de relações sociais. A partir da rede de relações que os agentes possuem, no caso, os agricultores que abatem e processam informalmente, se criam e mantêm os espaços de mercado. As relações sociais de confiança, parentesco, amizade, reputação pessoal, vínculos institucionais e outras formas de relações, são determinantes na criação e manutenção destes mercados.

O consumidor compra porque conhece o agricultor e este tem compromisso, inclusive de “qualidade”, porque o seu nome e sua imagem entram em questão. A aceitação dos produtos se deve à existência de uma relação social anterior ao ato de comércio e se deve, no caso de produtos suínos, também à característica do produto, que traz de volta o consumidor urbano, a maior parte de origem rural, às origens, que são associadas a qualidade de vida e produto de qualidade como sinônimo de gosto e sabor colonial. O preço é um fator de pouco peso neste mercado, ele só é importante quando envolve consumidores de baixa renda. que diga-se de passagem, não são os maiores consumidores dos produtos oriundos da informalidade.

Os mercados não são “entes” que têm existência própria, são criações sociais, e tendem a ter as características dos agentes e da sociedade que os cria. Polanyi *apud* Portes (1994) diz que as propensões naturais não criam os mercados e que os mercados capitalistas não são fenômenos espontâneos, mas instituições estruturadas e reguladas. E, neste sentido, a sociedade é a base de análise para a economia, como concebe a sócio-economia e não são os mercados a base de referência, onde os agentes decidem dentro de uma racionalidade individual, de forma independente, como prega a economia neoclássica. Os mercados são construídos a partir das relações entre os agentes na sociedade. No caso dos mercados informais, a existência dos mesmos depende, essencialmente, das redes de relações dos agentes, agricultores e consumidores.

4.4.2 – A dimensão da agroindustrialização informal

Dissemos que o processo de industrialização informal na cadeia de suínos, para a comercialização, continua presente no Estado do Rio Grande do Sul. Não pretendemos fazer juízo de valor em relação à atividade, no entanto, ela pode ser considerada legítima enquanto meio de vida para a produção familiar. A atividade faz parte da economia informal. É uma atividade expressiva quando se trata do número de estabelecimentos rurais envolvidos.

Como informamos anteriormente, mais de 240.000 estabelecimentos rurais, no Rio Grande do Sul, de acordo com o Censo Agropecuário do IBGE - 1995-1996, abatiam suínos e processavam no próprio estabelecimento. Foram produzidas por estes estabelecimentos 60.581 toneladas de produtos (18.128 t de banha, 36.550 t de carne *in natura*, e 5.903 t embutidos), representando o valor de R\$ 82.315.000,00.

Desta produção, foram comercializadas 1.430 toneladas de banha por 6.761 agricultores, sendo que deste total de vendas, 22% foi para intermediários e 54% foi para consumidores diretamente. O restante foi entregue em indústrias e cooperativas.

Foram comercializadas 2.523 toneladas de carne *in natura* por 3.775 agricultores, sendo que a comercialização foi feita 42% para intermediários e 47% diretamente ao consumidor. O restante foi entregue às agroindústrias e cooperativas.

E, por fim, foram comercializadas 880 toneladas de embutidos por 1.514 agricultores, sendo que 35% foi entregue a intermediários e 57% foi entregue a consumidores diretamente.

O valor total da comercialização dos produtos representou R\$ 7.635.000,00. Isso dá uma idéia do que representava a atividade para os agricultores. Podemos dizer que, em torno de 7.000 estabelecimentos realizavam atividades de abate e processamento para a comercialização.

Quando tornamos os dados de SPOHR et al. (1996) e a eles adicionamos os volumes de comercialização informados pelos agricultores no Censo Agropecuário de 1995 –1996, vemos que o volume comercializado pelos agricultores representa, menos de 3% do total.

O estudo de caso realizado mostrou que há uma discrepância entre o que foi informado por ocasião do Censo Agropecuário e a realidade. Por questões óbvias o agricultor não declara os valores reais da atividade, principalmente em pesquisas que têm um caráter público, como o Censo Agropecuário. Não estamos questionando a metodologia ou trabalho do IBGE, estamos tentando mostrar que a produção informal para a comercialização, é maior que aquela declarada e estimada.

Na Tabela 14 fazemos um comparativo entre a produção informal declarada no Censo Agropecuário de 1995-1996, a produção de 2 agricultores que abatem para a comercialização há mais de 15 anos e a produção declarada pelos 6 agricultores entrevistados e aos quais foi aplicado o questionário 4.

Os dois agricultores que abatem há mais de quinze anos, continuam abatendo a mesma quantidade de suínos que abatiam em 1995, segundo os agricultores. Havia na época do Censo 8 produtores identificados que abatiam e comercializavam produtos. Por ocasião da pesquisa, ou seja, em agosto de 1999, 10 agricultores abatiam para comercialização. Houve um crescimento no número de agricultores na atividade e houve um aumento na produção informal.

A produção informal total, no município pesquisado, ultrapassa as 40 toneladas/ano de produtos (banha, carne in mirra, embutidos e outros). Pelas informações prestadas pelos produtores, mais de 50% da produção é comercializada fora do município. Tomando os dados de comercialização média dos estabelecimentos do município, tomando a produção da indústria artesanal informal levantada, fazendo extrapolações para o total de estabelecimentos que produzem e que comercializam produtos suínos e derivados, se pode concluir que, aproximadamente, 1/3 dos produtos suínos no município vem da indústria artesanal *informal*.

Nos dados da Tabela 14 não está computada a produção informal para consumo nas propriedades. Quando a este volume somamos os produtos de pequenas empresas formais comercializados nos estabelecimentos varejistas do município, a participação das pequenas indústrias formais e informais no fornecimento de produtos suínos e derivados ultrapassa 60% do total.

Tabela 14 – Comercialização informal de produtos suínos, em kg, no município onde foi realizado o estudo de caso sobre informalidade.

Declarado	Produto			
	Banha	Carne <i>in natura</i>	Embutidos	Total
Total do Município, segundo o Censo Agrop. 1995-96.	4.000	2.000	5.000	11.000
Declaração de 2 agricultores que abatem há mais de 15 anos ³³ .	3.600	4.900	5.000	13.500
Total dos 6 entrevistados em agosto de 1999 ³⁴ .	7.000	7.200	17.300	31.500

Fonte: Os dados da primeira linha, IBGE – Censo Agropecuário 1995-96;
Os demais dados foram informados pelos agricultores por ocasião da entrevista e aplicação do questionário.

Pela Tabela é possível verificar que a informalidade é maior do que a levantada pelos órgãos oficiais como o IBGE. Enquanto o Censo Agropecuário 95 – 96 levanta uma produção informal de 11.000 kg/ano, nossa pesquisa identificou que apenas 2 produtores informais que abatem há mais de 15 anos a mesma quantidade, processam mais de 13.500 ka/ano. Somada a produção dos 6 entrevistados, entre os quais estão os 2 que abatem há mais de 15 anos, esta produção informal atinge o triplo do declarado no Censo.

³³ Para comparar com o total do volume comercializado no município, tomamos 2 agricultores dos 6 entrevistados. que abatem e processam há mais de 15 anos. Em 1995-1996. por ocasião do Censo Agropecuário. havia 8 produtores. identificados. que abatiam e comercializavam produtos suínos no município.

³⁴ Entre os seis agricultores entrevistados estão os dois que abatem há mais de 15 anos.

4.4.3 – Caracterização do agricultor e da agroindústria informal

A maior parte dos agricultores que abatem e processam, no município analisado, eram produtores de suínos, que com o processo de modernização, não conseguiram sobreviver na atividade como produtores comerciais de suínos, não tinham recursos para investir em instalações novas, enfim, se adequar às exigências da moderna suinocultura. A maior parte deles, possui área de terra reduzida, que não permite ter uma renda satisfatória da exploração agrícola. Dos seis agricultores entrevistados, cinco ainda criam uma pequena quantidade de suínos, são criações de ciclo completo. Os suínos são abatidos e comercializados por estes agricultores.

A Tabela 15 mostra a origem da renda das propriedades que abatem para a comercialização. Nenhuma propriedade que abate para comercialização, vende suínos vivos. Nas propriedades que industrializam, a atividade agrícola como fonte de renda está perdendo importância e, aos poucos, está sendo eliminada. Em alguns casos ela é, apenas, uma atividade suporte para criação de suínos, que serão abatidos e comercializados. É o caso do milho.

A renda de abate e comercialização de suínos varia entre 30 e 70% do total da renda da propriedade. Uma outra observação é que, a fonte de renda “produção de leite e queijo” é sinônimo de venda de queijo. Os produtores vendem queijo, não leite. A exceção é o estabelecimento 6 que vende leite in natura embalado em sacos plásticos. A soma dos produtos processados, suínos, leite e outros tem um peso significativo no orçamento de um número grande de propriedades. Se pode afirmar que, a agroindustrialização informal no meio rural, na maior parte dos casos, faz parte de uma estrutura diversificada de produção e renda. No município analisado, todos os produtores têm mais de uma fonte de renda.

Tabela 15 – Origem da renda das propriedades que abatem suínos para a comercialização, em percentual.

Fontes de Renda	Estabelecimento					
	1	2	3	4	5	6
Abate e processamento suínos	35	40	30	65	30	70
Comercialização de suínos vivos						
Produção de grãos		30	60		50	
Produção de leite e queijo	10		10	10	20	30
Atividades não agrícolas		30				
Outras. Quais?	55			25		
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fonte: Tabela elaborada por Meneguetti, G.A (1999), a partir de informações prestadas pelos agricultores.

A renda de “atividades não agrícolas” do estabelecimento 2, é de exploração de pedreiras, extração de basalto, muito comum na região. “Outras rendas”, do estabelecimento 1, representa a comercialização de fumo em folha. Para o estabelecimento 4, “outras rendas” significa venda de cachaça, fabricada na propriedade.

A Tabela mostra um quadro onde há uma atividade industrial diversificada, informal, nas propriedades onde se abate suínos. Este é um aspecto importante, e que mereceria um estudo mais aprofundado. A inserção da agricultura familiar nos mercados, fora das grandes cadeias de integração, se dá de formas diversas entre os agricultores e dentro das unidades de produção. A renda das pequenas unidades de produção familiar, mesmo na atividade de processamento, continua a ser diversificada.

Quando perguntamos aos produtores quais eram os motivos que levaram a abater suínos, mais de 80% responderam que foi a necessidade de complementar renda na propriedade, 50% responderam que era necessário agregar valor aos suínos em função do

baixo preço do suíno vivo, da produção em pequena escala e dos altos custos de produção e que, a forma encontrada era o abate e processamento para a venda. Um dos agricultores “sempre” teve na industrialização de suínos sua principal fonte de renda, a industrialização é uma tradição de família.

Quanto à matéria-prima processada nos estabelecimentos, parte é produzida nos estabelecimentos, mas a maior parte é adquirida de pequenos agricultores, normalmente vizinhos.

O que tem se observado é que o número de pequenas indústrias vem crescendo nos últimos 5 anos. Este fato coincide com as transformações que ocorreram na suinocultura da região, com a instalação da Perdigão e outras indústrias que implementaram uma nova dinâmica em termos de produção, dentro de uma estratégia de produção em escala e uso de moderna tecnologia de produção. Dos seis produtores entrevistados, dois abatem há mais de 15 anos e quatro abatem há menos de 4 anos. Os demais produtores que abatem no município e comercializam, e que não foram entrevistados, estão na atividade há aproximadamente, 10 anos.

Um aspecto que consideramos importante e que foi identificado na pesquisa, é o fato de não haver distinção entre a família, a unidade de produção familiar e a agroindústria artesanal informal, em termos de estrutura e organização do trabalho. A agroindustrialização é um prolongamento das atividades da família. A pequena unidade industrial informal tem uma estrutura de abate e processamento própria, onde mescla a mão-de-obra familiar com a contratação temporária de vizinhos e conhecidos e mão-de-obra assalariada permanente, mesmo que em pequena escala. Quando se analisa a produção das pequenas indústrias formais e informais é possível verificar que estas

têm muitos pontos em comum, principalmente, no que diz respeito ao uso de mão-de-obra.

Em termos de estrutura, o processamento informal, normalmente utiliza a estrutura física existente, o mais freqüente é o uso de parte da residência (porão) ou uma pequena instalação, às vezes, construída com este propósito. Os investimentos em infra-estrutura para abate e processamento são baixos.

O processamento da matéria-prima é essencialmente artesanal, em todas as suas fases. A tecnologia de produção passa de geração para geração, ocorrendo “aperfeiçoamentos” ao longo do tempo. No decorrer da entrevista e aplicação do questionário, perguntamos com quem haviam aprendido a tecnologia de abate e processamento de carne suína, todos responderam que aprenderam com os pais e pessoas mais velhas. A respeito de qualificação, 50% dos entrevistados disseram que participaram de cursos promovidos por entidades públicas, 16% disseram que aperfeiçoaram os conhecimentos sobre processamento de carne suína com açougueiros e abatedores.

A “moderna” tecnologia de produção, chega aos produtos coloniais, através dos insumos e condimentos que são utilizados pelas grandes empresas. Alguns processadores utilizam estes insumos. A reação dos consumidores é imediata e se reflete nas vendas e na aceitação dos produtos, principalmente salame. O mercado é construído com base em relações sociais de confiança. Isso faz com que os processadores fiquem atentos a estes aspectos. Nem todos utilizam insumos modernos de produção e aqueles que utilizam, o fazem de maneira criteriosa, sob pena de comprometer sua reputação pessoal. A maioria dos agricultores preza este “capital”.

O abate médio mensal varia de produtor para produtor, ele oscila entre 3 e 8 suínos por mês, dependendo do universo de clientes consumidores que cada indústria possui. Isso significa que mais de 400 suínos/ano são abatidos pelos entrevistados. Este número quase dobra quando juntamos a produção de todas as indústrias artesanais informais do município. Estamos falando apenas daqueles que industrializam para a comercialização.

Essas pequenas indústrias produzem um número reduzido de produtos e, entre eles, se destacam a carne *in natura*, a banha e o salame colonial, como podemos observar na tabela abaixo. Em termos de volume de produção e comercialização o salame colonial representa 47% do total, a carne *in natura* 22% e a banha 21%. Estes três produtos representam 90% da produção. O nível de agregação de valor, assim como a diversidade de produtos é inferior ao da indústria formal.

Tabela 16 – Produção e comercialização de produtos suínos das indústrias artesanais informais, kg/mês, produção média.

Produtos	Estabelecimento						Sub-total
	1	2	3	4	5	6	
Carne in natura	60	40	60	60	35	350	605
Banha	120	90	40	150	40	150	590
salame colonial	200	150	200	100	80	600	1330
Salsichão						50	50
Presunto						25	25
Copa	8		8			20	36
Queijo de porco	5		8			30	43
“Codeguin”		8		40		15	63
Outros embutidos						15	15
Torresmo	15			15		35	65
Total (Kg/mês)	408	288	316	365	155	1290	2822

Fonte: os dados foram fornecidos pelos agricultores.

O estabelecimento 6, está em vias de legalização, pretende criar uma empresa, implantar um sistema de inspeção sanitária para os produtos. É possível notar a maior diversidade de produtos da indústria. O produtor está há muito tempo na atividade. Atualmente, abate 32 suínos e adquire 15 carcaças/mês de frigoríficos para processamento, porém, não possui inspeção sanitária.

4.4.4 – Comercialização da produção

A comercialização dos produtos das pequenas agroindústrias informais é feita numa relação direta entre os agricultores que abatem e os consumidores. Dos entrevistados, 100% disseram que comercializam a maior parte dos produtos diretamente para os consumidores.

Porém, sabe-se que, quando o produto é levado para cidades maiores, é entregue também para pequenos comerciantes locais, que comercializam para a população. Às vezes, a distribuição em centros maiores também é feita diretamente pela pequena indústria informal.

Quando se trata de comercialização de produtos fora do município de origem, tanto a pequena indústria informal, quanto a formal, em se tratando de inspeção sanitária de produtos, atuam de maneira irregular. A pequena indústria informal porque não possui inspeção sanitária e a formal porque, normalmente, tem inspeção municipal e a legislação não permite que, com este tipo de inspeção, ela comercialize fora do município. No entanto, os agricultores conhecem os meandros, os caminhos e horários que podem fazer entregas. Evidente, prefeririam poder circular livremente e se sentir

cidadãos que trabalham dignamente para sobreviver e não “fora da lei”. Esta é a sensação que se tem em conversas com os mesmos.

Apesar do rigor da legislação sanitária, os produtos da agroindústria informal são encontrados, também, em mercados formais, como vimos, anteriormente. São encontrados em pequenos e médios estabelecimentos varejistas, expostos ou guardados em compartimentos.

A maior parte da comercialização dos produtos é feita diretamente com os consumidores, sob encomenda, para os consumidores. O responsável pelo processamento passa nas residências dos “clientes” e pergunta sobre o produto que quer e quantidade desejada. Há uma periodicidade entre um abate e outro. Para alguns é semanal, para outros é quinzenal e em alguns casos, é mensal. A abertura de novos mercados se dá oferecendo produtos nos domicílios ou há procura pelos produtos. Mesmo que este seja um mercado que se viabiliza no “silêncio”, as relações entre os consumidores são uma forma de marketing para os produtos.

Quando foi perguntado aos entrevistados que relações eles mantinham com os “clientes”, 100% responderam mantinham relações de amizade e 66% responderam que mantinham uma relação de confiança, 16% disseram que detinham uma relação de parentesco com alguns clientes.

Dissemos que há um compromisso da indústria informal com os consumidores. A recíproca também é verdadeira, enquanto o compromisso da indústria permanece. Quando se rompe o compromisso, as relações sociais que davam sustentação a este tipo de mercado, tipo confiança, desaparecem e, com elas desaparecem as relações de mercado.

A fidelidade se dá em torno de alguns fatores, de interesses recíprocos. Quando perguntamos aos responsáveis pelas pequenas agroindústrias informais os “motivos da fidelidade dos consumidores”, as razões pelas quais os consumidores adquiriam os produtos. 100% responderam que era em função da qualidade do produto, entendida como produto fresco e limpo, sem excesso de gordura, 83% responderam que o sabor e as características dos produtos “coloniais” era outro fator responsável pela fidelidade dos consumidores na compra dos produtos, 50% disseram que a fidelidade também se deve confiança dos consumidores no fabricante, e 16% apontaram o preço como um outro fator pelo qual há fidelidade na aquisição dos produtos da pequena indústria informal.

De acordo com 66% dos entrevistados, a maior parte dos consumidores tem um perfil de renda média-alta, 33% afirmaram que os consumidores pertencem a diversos estratos de renda. Entre os consumidores de renda média-alta estão profissionais liberais, funcionários públicos, comerciantes e famílias de maior poder aquisitivo.

O preço é importante quando se trata de consumidores de renda média a baixa. Todos os entrevistados disseram que os preços dos seus produtos estão abaixo dos praticados pelas pequenas indústrias formais, médias e grades.

Quando perguntamos aos processadores se eles achavam que os consumidores comprariam da mesma forma os produtos se os preços praticados fossem os mesmos da grande indústria, 100% responderam que sim. Disseram que os consumidores buscam o produto por causa do sabor e das características e não por causa do preço.

Vimos que uma das limitações de consumo das diversas espécies de carnes e derivados é o baixo poder aquisitivo de unia camada considerável da população brasileira. Pela Tabela 17 podemos analisar o preço de alguns produtos derivados de suínos,

comercializados diretamente ao consumidor pela pequena indústria artesanal informal, da pequena indústria formal para o varejo e deste para o consumidor e, ainda, o preço de alguns produtos da média e grande indústria para o varejo e deste para o consumidor.

Tabela 17 - Comparação de preços no varejo e ao consumidor de acordo com a origem do produto.

Produtos	Pequena Indústria informal	Pequena Indústria formal		Média e grande Indústria	
	Consumidor	Varejo	Consumidor	Varejo	Consumidor
Costela com filé	2,80	3,00	4,00		
Costela sem filé	2,50	2,50	3,50	3,20	4,20
Paleta	2,50	2,50	3,20		
Pernil	2,80	2,80	3,80	2,80	3,80
Salame colonial	5,00	4,50	6,00		
Salame industrial				7,50	10,00
Copa	7,00	7,00	10,00	9,00	12,00
Banha	1,50	1,20	1,80	1,20	2,00

Fonte: os preços de comercialização da indústria informal foram levantados junto às mesmas. o preço ao varejo foi obtido junto às pequenas indústrias formais e junto aos varejistas. Os preços ao consumidor foram pesquisados junto aos distribuidores varejistas.

É importante salientar que o preço do suíno vivo, quando foi feita esta pesquisa, era de R\$ 0,90/kg. Há uma grande discrepância de valor entre o que o produtor de suíno vivo recebe pelo produto e o que o consumidor paga pelos produtos processados. Evidentemente, se reconhece que há custos de processamento. mesmo assim o preço que o consumidor paga pela carne suína e derivados ainda é muito alto.

Os números mostram alguns parâmetros e o aumento dos custos dos produtos, de acordo com o aumento do tamanho da indústria, em função da estrutura de custos e mostra, ainda, a margem do varejo na comercialização dos produtos. Os preços de venda da pequena indústria informal para o consumidor, praticamente são os mesmos

preços de entrega dos produtos da pequena indústria formal para o varejo. A margem de lucro sobre os produtos tende a ser maior nas grandes redes de supermercados. Isso foi constatado em visitas realizadas a lojas de duas grandes redes.

Um aspecto curioso e importante é que os benefícios dos baixos preços dos produtos oriundos da informalidade quase não chegam às camadas da população de menor renda, uma vez que, parte significativa dos consumidores destes produtos, são pessoas de renda média-alta, no caso pesquisado.

No entanto, ocorre a apropriação do valor de uma etapa da cadeia pelos agricultores que abatem e processam carne suína. Esta apropriação faz com que o valor do suíno produzido seja duplicado. Segundo informações dos próprios agricultores que abatem e processam, um suíno de 100 kg, abatido e processado rende entre R\$ 160,00 e 180,00. Significa uma margem líquida de R\$ 80,00 e 100,00 por suíno. A venda de um suíno vivo alcançaria R\$ 90,00 e uma margem líquida entre R\$ 15,00 e 25,00, segundo os agricultores, como já foi exposto no terceiro capítulo.

Em relação à comercialização e ampliação do mercado, o entrave maior diz respeito à inspeção dos produtos. Os agricultores mantêm uma certa distância do poder público quando o assunto é abate. Alguns deles já tiveram problemas com as autoridades sanitárias. A maior parte deles, quatro, manifestou interesse em se adequar à legislação, um afirmou que não pretende se legalizar e um disse não saber se legalizaria a atividade.

Perguntamos aos responsáveis pelas pequenas indústrias informais quais eram as maiores dificuldades para se adequar à legislação sanitária, 100% responderam que uma delas era o elevado custo das instalações. Embora as informações obtidas junto às pequenas indústrias formais fossem um pouco desconcoradas, para se adequar à

legislação em termos de instalações e infra-estrutura, para obtenção de inspeção estadual e, portanto, poder comercializar em todo o Estado, seriam necessários em torno de R\$ 110.000,00. O segundo problema apontado por 66% dos entrevistados foi a falta de uma linha de crédito a juros e prazos compatíveis. Dos entrevistados, 50% manifestaram temor e incerteza quanto ao futuro da atividade. Esta incerteza se justifica, uma vez que o mercado informal é criado e mantido pelas redes de relações que se estabelecem entre os agentes. Os agricultores conhecem os clientes. Há relações e conhecimentos exigidos na indústria formal, que a maior parte dos abatedores e processadores da informalidade desconhecem e, portanto, se sentem impotentes diante delas. Os proprietários de pequenas indústrias informais manifestaram uma certa desconfiança quanto às formas grupais propostas para solucionar a questão da informalidade, como propõe o PRONAF Agroindústria (Programa Nacional de Agricultura Familiar), por exemplo. Este Programa foi criado especificamente para apoiar iniciativas de agroindustrialização no meio rural junto à agricultura familiar.

4.4.5 – A legislação brasileira sobre inspeção industrial e sanitária

4.4.5.1 – Aspectos históricos

A legislação brasileira que dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal, bem como sua regulamentação, data do início da década de 50. Na época o mundo estava passando por transformações profundas decorrentes do grande conflito que foi a Segunda Guerra Mundial.

Não se pode negar o caráter de proteção do consumidor e preservação da saúde pública da legislação então criada. Porém, a nova ordem internacional, exigia padrões internacionais de qualidade, em termos de sanidade, para os produtos de origem animal, padrões estes que se confundiam com os padrões Norte Americanos. O Brasil e países Latino Americanos, como a Argentina e Uruguai, tiveram um papel importante no abastecimento mundial de carne bovina, principalmente para os EUA, durante a Segunda Guerra. A continuação das exportações de carnes realizadas pelos grandes frigoríficos transnacionais, deveria atender as exigências dos novos padrões. A legislação de abate dentro de padrões internacionais é estendida, também, para os produtos consumidos internamente. Os grandes frigoríficos que eram responsáveis pelas exportações de carne bovina e dominavam a distribuição, foram, sem dúvida, os grandes beneficiados pela legislação que funcionou como unia espécie de reserva de mercado. Evidentemente, o consumidor dos grandes centros urbanos também se beneficiou destas medidas, uma vez que, passou a consumir produtos de melhor qualidade.

Aliados a estes aspectos, a necessidade de uma legislação que atendesse aos padrões internacionais de qualidade se fazia necessária nos países exportadores de carne bovina, também porque, com a paz que se iniciava com o fim do grande conflito mundial, paradoxalmente, nascia a chamada “guerra fria”, consequência da divisão do mundo em dois blocos, capitalista e comunista. Como decorrência desta divisão, iniciaram-se conflitos regionais, principalmente na Ásia. que dependendo dos desdobramentos poderiam comprometer o abastecimento de proteína animal, vinda principalmente da Austrália e Nova Zelândia, para os EUA. A adequação à legislação internacional teria então duas funções neste caso, possibilitar a ampliação das exportações e, ao mesmo

tempo, garantir o abastecimento de proteína animal para os EUA, dentro de padrões sanitários exigidos por eles.

A lei n.º 1283, de 18-12-1950 que dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal, estabelece a obrigatoriedade prévia da fiscalização, sob o ponto de vista industrial e sanitário de todos os produtos de origem animal, comestíveis e não comestíveis, sejam ou não adicionados de produtos vegetais, preparados, transformados, manipulados, recebidos acondicionados, depositados e em trânsito.

A lei estabelece as competências para a fiscalização: quando o comércio dos produtos for internacional ou interestadual, no total ou em algumas etapas do processo de industrialização, esta competência é do Ministério da Agricultura. Entretanto, quando o comércio for intermunicipal ou municipal a competência passa a ser dos Estados, Distrito Federal ou Território. Os órgãos de saúde pública Estaduais, do Distrito Federal ou Território eram responsáveis pela fiscalização nas casas atacadistas e nos estabelecimentos varejistas.

Em março de 1952, o decreto lei nº 30.691, regulamentou a lei nº 1.283. Este regulamento foi modificado, em alguns artigos, pelo decreto 1.255 de 25-06-1962. A regulamentação estabelece as normas de conduta, instalações e parâmetros técnicos para a inspeção. Ao longo do tempo, diversas leis foram modificadas, principalmente no aspecto das atribuições e competências, porém a regulamentação muito pouco foi modificada. A legislação autorizava a regulamentação complementar da lei pelos estados, distrito federal e territórios, desde que não conflitasse com a lei federal. Isso significa que nada poderia ser modificado no que diz respeito às exigências de instalações e normas sanitárias.

É bom lembrar que o abate de suínos nas propriedades, para a comercialização, especialmente a banha, era uma atividade muito difundida no Sul do Brasil. A legislação pode ser considerada um marco na atividade de abate de suínos nas propriedades rurais para a comercialização. Esta atividade, embora continue sendo desenvolvida, a partir desta legislação, passa a ser uma atividade ilegal.

A lei 1.283 vigorou até 1971. quando foi modificada pelo decreto nº 69.502, de 05-11-71 e pela lei 5.760 de 03-12-1971. A inspeção sanitária e industrial dos produtos de origem animal passou a ser de exclusiva competência da União, inclusive aqueles produtos de comercialização municipal ou intermunicipal, podendo esta, celebrar convênios com o Distrito Federal, Estados e Territórios para a execução dos serviços. A centralização do serviço de inspeção coincidia com a centralização do poder político do regime militar.

A centralização da inspeção da década de 70, estende a obrigatoriedade da Inspeção Federal inclusive para os produtos consumidos em nível local, estadual e nacional. A legislação sanitária que, até então, era aplicada somente às exportações, passa a ser exigida a todos os estabelecimentos de abate. E com isso, “altera-se de vez a base do antigo predomínio, em volume e valor, da forma artesanal e manufatureira de trabalhar a carne em favor da forma industrial” (Müller, 1991 172).

De fato, uma série de medidas foram tomadas para o fortalecimento e concentração da indústria de carnes no Brasil, nas décadas de 70 e 80. Primeiro, a legislação sanitária “eliminou” a atividade de abate e comercialização de suínos feito nas propriedades como atividade econômica legal. Isso permitiu à indústria avançar sobre estes espaços de mercado anteriormente ocupados pela pequena indústria artesanal informal. Em segundo lugar, muitas pequenas indústrias formais, não tiveram condições de se adequar à nova legislação, faliram, foram incorporadas por indústrias maiores ou simplesmente

fecharam. O espaço de mercado ocupado por estas pequenas e médias indústrias passou a ser ocupado e gerido pela grande indústria. Outro aspecto importante, é que, havia interesse do poder público em criar no país uma indústria forte, concentrada, moderna. O Estado não mediu esforços para isso.

O decreto nº 78.713, de 11-11-1976, permitiu aos Estados, Distrito Federal e Territórios celebrar convênios com a União para exercer a inspeção e fiscalização sobre pequenas e médias empresas que não se dedicavam ao comércio interestadual ou internacional, desde que essas unidades da federação constituíssem organismos próprios controlados pela União, através do Ministério da Agricultura. Tudo ficava subordinado ao Ministério da Agricultura, desde a capacitação técnica dos fiscais, até o controle dos estabelecimentos deveriam ser realizados pela União. As unidades da federação nada mais eram do que prestadoras de serviços à União.

A lei federal nº 7.889, de 23-11-1989, de acordo com o a Constituição Federal, art. 23, inciso 11, dispõe sobre a inspeção sanitária e industrial de produtos de origem animal e redefine competências para inspecionar, revogando a lei e o decreto de 1971 que centralizava a inspeção. A lei diz que a prévia inspeção sanitária e industrial de produtos de origem animal é de competência da União, Estados, Distrito Federal e Municípios. A novidade desta lei em relação à lei de 1950, é a possibilidade dos municípios realizarem a inspeção dentro de sua área de competência.

No Estado do Rio Grande do Sul, a lei Estadual nº 10.691, de 09-01-1996, cumprindo o disposto no art. 82, inciso IV, da Constituição Estadual do Rio Grande do Sul, dispõe sobre inspeção e fiscalização dos produtos de origem animal no Estado. Esta lei é regulamentada pelo decreto 39.688, de 30 de agosto de 1999.

A regulamentação da lei estadual atual remete ao regulamento federal de 1952, pouco diferindo das normas estabelecidas na época, em termos de exigência de infraestrutura e condições de funcionamento de uma indústria.

Na prática se observa um engessamento da capacidade dos estados e municípios legislarem em matéria de inspeção sanitária dos produtos de origem animal.

4.4.5.2 - Considerações sobre a legislação de inspeção sanitária e industrial

Alguns aspectos da legislação que dispõe sobre inspeção sanitária e industrial merecem considerações. A legislação tem tido várias mudanças ao longo do tempo, alternando-se períodos de descentralização e centralização no que diz respeito à competência para a realização da inspeção sanitária e industrial de produtos de origem animal. A partir de 1952, com a obrigatoriedade da inspeção, a competência para realizá-la foi dividida entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Territórios. A partir de 1971, até 1988 com a Nova Constituição Brasileira e a partir de 1989, com a lei que regulamentava a matéria, a responsabilidade da inspeção passa a ser dividida entre a União para produtos de comércio internacional e interestadual, os Estados, para comércio de produtos intermunicipais e os municípios para comércio de produtos de origem animal dentro do município.

A descentralização da responsabilidade pela inspeção, no entanto, não foi acompanhada da mudança dos padrões de exigências em termos de infraestrutura, de autonomia para legislar, por parte dos Estados e Municípios, de acordo com o alcance dos mercados dos produtos inspecionados, evidentemente, sem prejuízo à qualidade

dos produtos. Há a descentralização da competência para fiscalizar, mas, praticamente, não se descentraliza a competência para legislar de acordo com as diferentes realidades do país. Na verdade, no que diz respeito aos produtos de origem animal consumidos no país, a União, no essencial, mantém o poder de legislar sobre a matéria e descentraliza os encargos e o ônus da inspeção para os estados e municípios. Citamos como exemplo a legislação que dispõe sobre abates no Estado do Rio Grande do Sul. A legislação estadual em termos de exigências de infra-estrutura de abates e processamento de suínos, se baseia nas exigências da legislação federal, basta fazer um comparativo tomando as “normas técnicas para funcionamento de indústrias de produtos cárneos, padronização de instalações, equipamentos e operações”, que orienta os licenciamentos dos estabelecimentos no Rio Grande do Sul e o “regulamento da inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal” aprovado pelo decreto federal 30.691, de 29-3-1952. As diferenças, em termos de níveis de exigências, não são significativas na sua essência. Nos acordos de cooperação técnica entre o Estado e os municípios para a inspeção de produtos de origem animal, as normas a serem seguidas são as normas estaduais

Um outro aspecto que se levanta é a falta de institucionalidade na inspeção. enquanto atividade de interesse público manifestada através do caráter temporário dos acordos de cooperação para inspeção que se estabeleciam entre o Estado e os municípios. A análise dos convênios do Estado do Rio Grande do Sul com os municípios para a realização de inspeção em nível municipal, até 1998, permite observar que estes convênios têm um prazo de duração que, normalmente, se encerrava com o mandato do governador, necessitando renová-lo na gestão seguinte. Isso demonstra que o problema da inspeção sanitária e da saúde da população está sendo

tratado dentro de uma visão política de curto prazo. Atos políticos substituem políticas públicas de longo prazo. Ao invés da institucionalização de normas de conduta e procedimentos, flexíveis, responsáveis, que ultrapassem os mandatos e os governos, temos a prática de atos de curto e médio prazo, que se extinguem com os mandatos.

Uma reclamação que é freqüente, tanto entre pequenos industriais formais como informais, que procuram informações junto aos órgãos competentes para se legalizar, é o excesso de burocracia. As orientações sobre a questão da legalização tendem a mudar de acordo com as pessoas que comandam os órgãos responsáveis, Secretários de Agricultura e Chefes de Departamentos. Outra reclamação é que, nem sempre a legalização segue critérios técnicos, às vezes, o aspecto político fala mais alto. A legislação de abate e processamento, tem algumas lacunas que possibilitam uma interpretação subjetiva da mesma. A tentativa de flexibilizar a legislação, em todos os níveis e a subjetividade na interpretação de alguns aspectos da legislação acabam se tornando palco de decisão política. Os grupos de maior poder de pressão acabam impondo sua vontade. A mudança ou a possibilidade de flexibilização da legislação, que reduza as exigências em termos de estrutura de abate em nível estadual ou municipal, ou que permita a uniformização de uma legislação estadual e municipal, que beneficie empresas de atuação local e regional, entre elas, médias e pequenas empresas formais e informais, sem prejuízo à qualidade dos produtos, é truncada por grupos de pressão que atuam no legislativo, órgãos públicos responsáveis, como o Ministério da Agricultura, Secretarias de Agricultura e também por entidades profissionais ligadas ao setor. O que está em jogo são disputas por espaços de mercado. A legislação que tem por função a proteção da saúde dos cidadãos, às vezes, sem perceber, acaba assegurando uma reserva de mercado para grupos econômicos. Faz

parte das estratégias dos grupos de pressão, para assegurar ou modificar o status quo, a emissão de portarias sutis e realização de pequenas mudanças na legislação, com o intuito de modificar o sentido, atendendo desta forma interesses que o não o público.

Para analisar e entender o processo decisório num determinado setor é preciso entender as lutas que se travam entre os atores e o poder de barganha que cada ator social tem no sentido de influenciar a formulação de uma política e a posição estratégica que cada ator ocupa na arena de decisão.

Lamounier (1994) diz que, na análise das políticas governamentais de um modo geral, é preciso considerar três elementos básicos: a “arena decisória”, ou seja, a maneira pela qual o processo decisório é estruturado e condicionado pelo seu objeto, o contexto institucional, que são os alinhamentos e influências que decorrem da natureza formal daquele processo, por exemplo votações no legislativo, negociações de incremento entre agências burocráticas e grupos de interesse e, por último, o perfil dos atores, os objetivos e recursos de poder de que dispõem as coalizões favoráveis ou contrárias à política em questão.

Na legislação, chama a atenção os conflitos de competência sobre a inspeção. Dissemos que o objetivo da legislação é o de proteger a saúde da população e zelar pela qualidade dos produtos consumidos pelos cidadãos. O nível de exigência em termos técnicos e de procedimentos na inspeção, é o mesmo quando realizada pelo técnico do município (SIM – Sistema de Inspeção Municipal), pelo técnico do Estado (SIE – Sistema de Inspeção Estadual) ou pelo fiscal do Ministério da Agricultura (SIF). No entanto, um produto inspecionado pelo SIM, não pode ser comercializado no âmbito regional. Para a comercialização no Estado o produto tem que ter a fiscalização do SIE. Não existe inspeção de segunda categoria, caso ela exista, deve ser

reestruturada porque todos os cidadãos têm direito a inspeção que garanta o consumo de produto de qualidade. Deste ponto de vista, não é possível conceber uma estrutura de inspeção cujo produto inspecionado só pode ser comercializado em um único espaço geográfico, por exemplo, o município. Existem diferenças nas estruturas de fiscalização, que devem sofrer modificações nos seus quadros, nas estruturas físicas e de apoio, como é o caso da Inspeção Municipal e, às vezes, até estadual, para prestar um serviço de inspeção de qualidade.

O que se observa é que, há uma preocupação excessiva da legislação com a estrutura física, com a atividade meio, com os níveis de competência, entretanto, não se vê o mesmo zelo com a qualidade da inspeção e consequentemente dos produtos finais, sem super valorizar as estruturas físicas. A legislação prioriza os meios e não a qualidade final dos produtos.

A consequência do “conflito” de competência resulta em muito produto ilegal circulando no âmbito regional. Produtos da pequena indústria artesanal informal sendo comercializados no município e na região, produtos de pequenas indústrias formais inspecionados pelos municípios sendo comercializados além da fronteira dos municípios, caracterizando uma ilegalidade.

No Estado do Rio Grande do Sul, a resistência às mudanças na legislação de inspeção vem de alguns municípios que têm uma concentração urbana elevada e tentam manter a reserva de mercado de produtos agropecuários para suas indústrias, barrando, com isso, a entrada de produtos de empresas de outros municípios que têm inspeção municipal. Às vezes, por acordo bilateral entre as prefeituras, são autorizadas vendas de produtos de algumas pequenas indústrias da região no município.

Enquanto não se uniformiza uma legislação que permita a circulação de produtos em nível de Estado, uma proposta que está em discussão em algumas regiões do Rio Grande do Sul, é da regionalização da inspeção, ou seja, um produto com inspeção municipal pode circular dentro de uma determinada região. Esta regionalização da inspeção e do comércio está sendo discutida pelos municípios. Isso por si só não resolve o problema, mas permite que produtos de pequenas indústrias possam ser comercializados dentro de um espaço geográfico maior, ampliando os mercados. Para que isso ocorra, faz-se necessário o consentimento das autoridades sanitárias do Estado.

Um outro aspecto que se pretende chamar a atenção é que, temos uma legislação sanitária avançada em termos de exigência técnica e de estrutura e, para se adequar a ela são necessários investimentos relativamente elevados. Os recursos normalmente, estão disponíveis para grandes empresas através dos bancos de investimentos. A informalidade e as pequenas indústrias ocupam uma fatia de mercado considerável no setor de alimentos básicos, como vimos anteriormente, geram empregos e postos de trabalho, dinamizam a economia regional de forma descentralizada e delas são exigidos os mesmos padrões de estrutura de inspeção sanitária e industrial das grandes empresas, no entanto, as exigências para adequação às normas de inspeção não foram acompanhadas de instrumentos de políticas públicas, entre eles o crédito.

Dados da FAMURS (Federação das Associações dos Municípios do Rio Grande do Sul) mostram que um grande número de municípios do Estado não possui sistema de inspeção sanitária de produtos de origem animal. O abate não tem acompanhamento de um profissional competente. Nestes municípios o grau de informalidade do mercado de carne e derivados é elevado. Em entrevista realizada com o Secretário de

Agricultura do município de Casca-RS pudemos constatar que existe uma série de fatores que dificultam a implantação de um sistema de inspeção municipal. O primeiro deles é a situação financeira crítica das prefeituras dos pequenos municípios, que impossibilita a estruturação de um quadro de técnicos especializados para tal fim. O segundo fator que dificulta a implementação de um sistema de inspeção é a falta de recursos para criar uma infra-estrutura de abate. Nos pequenos municípios, o profissional que faz a inspeção, além desta função, atua em diversas outras áreas, o que prejudica a qualidade do trabalho. Pela falta de estrutura e pela impossibilidade de montar equipes específicas para realizar a inspeção dos produtos, os municípios impõem exigências mínimas de instalações, evitando desta forma, a pulverização do abate e, como consequência, da demanda por inspeção. Nos municípios que possuem sistema de inspeção, convivem o comércio formal de carnes e derivados e o comércio informal, na maior parte das vezes, com o conhecimento das autoridades sanitárias locais. As autoridades freqüentemente ignoram esta situação, uma vez que, a informalidade é meio de vida para muitos produtores e resolver o problema implicaria em investimentos por parte do poder público em infra-estrutura e recursos humanos para a inspeção e, implicaria ainda, em desgaste político.

Os municípios maiores são mais rígidos em termos de comercialização de produtos oriundos da informalidade. Isso não evita, entretanto, que estes centros urbanos maiores sejam o principal mercado das pequenas indústrias artesanais informais.

Em relação à inspeção, de um modo geral, se pode dizer que esta possui uma legislação avançada, porém, a estrutura para a realização da mesma é deficiente, faltam, principalmente, recursos humanos, como mostra uma reportagem da *Folha de*

São Paulo, Caderno 3: 1, de 16/01/2000. Pode-se dizer que ela atende os objetivos quando os produtos inspecionados se destinam às exportações. A legislação é relativamente rígida e não deixa muita margem de ação para estados e municípios. As mudanças na legislação têm que superar a força de grupos de interesses. A nível municipal, que é onde se pode flexibilizar um pouco a legislação em termos de exigências de infra-estrutura e de rigor na inspeção, para que muitos informais possam se legalizar, isso não ocorre por falta de decisão política, falta de estrutura para realização de inspeção e estrutura de apoio. Políticas meramente fiscalizatórias e punitivas, como mostram Oliveira, Schmidt, Turnes et alli (1999), não trazem resultados satisfatórios em termos de controle sanitário, pelo contrário, contribuem para o aumento da informalidade e não atendem aos objetivos da inspeção que é proteger a saúde pública. A inspeção para as pequenas agroindústrias, tendo sempre a preocupação com a qualidade, tem que ser adequada em termos técnicos, econômicos e sociais a estas pequenas unidades.

CONCLUSÕES

As grandes transformações na agricultura, iniciadas com o processo de modernização, que mudaram a base técnica de produção e atrelaram o setor aos complexos agroindustriais, à montante e à jusante, se estenderam às décadas de 70, 80 e se intensificaram na década de noventa, com a abertura dos mercados, associadas ao processo de urbanização, provocaram uma reorganização de ordem tecnológica e no processo de produção das cadeias agroalimentares. As mudanças na agricultura, o processo de urbanização e a reorganização do mercado de trabalho nas cidades, modificaram hábitos alimentares. Estas mudanças passaram a exigir uma nova forma de organização da produção, que atendesse às exigências dos consumidores, captadas pela distribuição (supermercados) e que atentasse para a regularidade de fornecimento e a disponibilização de produtos a custos competitivos. Esta reorganização afetou todas as etapas da cadeia. A produção passou a ser comandada pela indústria, num primeiro momento e, posteriormente, este comando passou a ser dividido com a grande distribuição. Era a contratualização que estava sendo implementada na agricultura. Passamos de uma agropecuária relativamente autônoma para um processo de produção atrelado às agroindústrias, que usa tecnologia de ponta viabilizada pela produção em escala. Esta nova agricultura tende a concentrar a produção de matéria-prima e parte

considerável dos produtos processados em um contingente cada vez menor de agentes. Isso ocorreu, também, na cadeia de suínos.

De outro lado, o consumo de alimentos, e aqui remetemo-nos ao caso particular das carnes e derivados, e especificamente a suína, determina a produção em termos quantitativos e qualitativos. Quando comparamos o consumo de carne suína com a de aves e bovinos, em nível mundial, vemos que esta última é a carne mais consumida. O ritmo de crescimento de consumo desta espécie de carne é inferior ao da carne de aves e superior ao de bovinos. Entretanto, quando consideramos as exportações com o total produzido, verificamos que este mercado é pouco dinâmico, apenas 3% do total produzido é exportado em nível mundial, percentual inferior ao das demais espécies. A carne suína é um produto de consumo interno dos países. O pouco dinâmico mercado internacional está cada vez mais concorrido, com participação efetiva dos EUA, Europa e num futuro próximo, de alguns países do Leste Europeu, como Polônia e Hungria, que aos poucos estão retornando à condição de grandes produtores de suínos.

O ritmo de consumo de carne suína, bovina e derivados, em nível mundial, a partir dos anos 70, tem se reduzido. No caso da carne bovina ocorreu redução, sob o contexto da idéia que associa *alimento-saúde*. Foi sobre este fundamento, que deslocou o consumo de carnes vermelhas para carnes brancas, aves, associado à possibilidade de múltiplos usos destas últimas e do desempenho em termos de produtividade, que baixou os custos da proteína produzida, que cresceu a produção de aves. Além do mais, o consumo de produtos suínos, cada vez mais, encontra substitutos, seja nos industrializados ou nos produtos *in natura*.

Ao nível interno, o crescimento do consumo de carne suína e derivados, a partir da década de 70, praticamente, acompanhou o ritmo do crescimento populacional. O hábito de consumo da carne suína e derivados, no Brasil, está muito arraigado nas populações rurais, especialmente as de origem européia. Entretanto, o processo de urbanização, a modificação das condições de trabalho, a relação e associação da idéia de alimento-saúde, a priorização das linhas de produtos industrializados sobre a venda de carne in natura pela indústria e que eleva o preço dos produtos, como mostra Spohr et al. (1996), os produtos substitutos e a estratificação de renda dos brasileiros, são alguns dos fatores que modificaram hábitos alimentares e foram os responsáveis pela estagnação do consumo de carne suína e derivados. Porém, as tendências de consumo de produtos suínos são positivas, especialmente a carne suína in natura e alguns outros produtos, entre eles, o salame colonial. É possível perceber aumento no consumo e redução do preconceito em relação a estes produtos, principalmente em cidades pequenas e médias. A pesquisa de campo identificou isso.

Os fatores restritivos ou estimuladores de demanda, tanto ao nível interno quanto externo, a organização e as tecnologias da produção, que estão ligadas às estratégias de concorrência das empresas líderes do setor, têm parcela considerável de responsabilidade na dinâmica e nos espaços de produção e inserção de agentes, produtores, fornecedores de insumos, agentes de comercialização e indústrias na cadeia de suínos. Evidentemente que, políticas regulatórias, políticas públicas que estimulam o desenvolvimento e fortalecimento dos elos ou etapas na cadeia, interferem na dinâmica e nos espaços de inserção. Portanto, as políticas públicas têm, ainda, um papel importante, tanto no aspecto de viabilização econômica de pequenos agentes, como no aspecto social, no sentido de evitar que estes agentes sejam excluídos do

direito de acesso a uma renda familiar. É o caso das políticas de apoio à produção, como o PRONAF, a legislação sanitária, as linhas de financiamento para pequenas agroindústrias, entre outras.

Em relação à dinâmica e aos espaços de inserção, as grandes empresas que detêm parcela considerável do abate de suínos e dominam algumas linhas de produtos e alguns mercados, numa estrutura oligopolizada, são responsáveis pelo ritmo das inovações tecnológicas e organizacionais em toda a cadeia, com influência, inclusive, na produção não integrada. As tendências de longo prazo apontam para a concentração da produção e, também, para o avanço das grandes empresas sobre alguns espaços das demais, principalmente, sobre o das médias empresas, que produzem produtos similares aos das grandes.

Afirmamos que é possível perceber uma tendência de concentração da produção de matéria-prima para as grandes empresas ao longo do tempo. Porém, a especialização e a concentração da produção, no Sul do país, não seguem uma trajetória única e linear. A contratualização, após um período crescente de inflexão e rigidez contratual, a partir de sua implantação, passa a flexibilizar as exigências em termos de escala e especialização, e admite como fornecedores, novamente, pequenos produtores de ciclo completo. Houve uma ampliação dos espaços para a produção familiar. O sistema de concentração, pela necessidade de investimentos, levou muitos produtores, os maiores, a se endividarem a ponto de comprometerem o patrimônio e o abastecimento das empresas. Isso mostra que a concentração tem limites.

De outro lado, os estímulos públicos ao desenvolvimento de outras regiões do país, como é o caso do Centro-Oeste e Norte, a expansão das empresas do Sul para estas regiões e para locais mais próximos dos grandes mercados consumidores e a

instalação de grandes empresas estrangeiras produtoras de suínos, com estímulos públicos, nestas mesmas regiões, com certeza afetará os espaços de produção para a agricultura familiar do Sul. A produção, nestas regiões, estará alicerçada sobre as grandes empresas rurais de produção, escala de produção e sobre o trabalho assalariado, ao contrário da suinocultura do sul, que tem base na produção familiar.

A respeito das cadeias de produção, suas relações com a agricultura familiar e o processo de exclusão, gostaríamos de chamar a atenção para algumas questões. A primeira questão é o fato de que, a produção contratualizada tende a uma concentração, quando analisada no longo prazo. Ela seleciona produtores e tende a excluir. No entanto, ela tem, também, momentos de flexibilização, onde se ampliam os espaços para outros agentes. A segunda questão é que, sem querer retirar do contexto as relações de poder que se estabelecem entre os agentes na cadeia, a ameaça de exclusão pela contratualização e produção em escala, não é um ato automático, se assim o fosse a agricultura familiar já teria desaparecido. Ela provoca uma reação dos agentes, buscando formas de se adaptar ao novo contexto, dentro da cadeia ou fora dela. Diante da ameaça de exclusão e do limite da capacidade de inserção da produção integrada, os mercados têm se mostrado uma forma viável de sobrevivência para a agricultura familiar, seja buscando nichos, aproveitando espaços não ocupados pelas grandes empresas, como é o caso das pequenas indústrias de suínos formais e informais, seja produzindo matéria-prima, de forma não integrada, para pequenas e médias empresas ou ainda outras formas de inserção via mercado. Unia terceira questão que gostaríamos de chamar a atenção, é que, mesmo nas grandes cadeias de produção oligopolizadas sempre existe um espaço de mercado a ser ocupado por pequenos agentes. Isso ocorre pelas especificidades destes pequenos agentes e da distribuição, pela localização destes

mercados, pela especificidade dos produtos e das empresas fabricantes e pela forma de construção de mercados, onde há a possibilidade de ativação de vínculos entre pequenos agentes, que resultam na criação destes mercados. Este espaço é variável em termos de dimensão.

A produção independente de suínos, tem perdido espaço para a produção integrada, no Sul do Brasil, a partir dos anos 70. No Rio Grande do Sul, ela continua como opção de renda para a produção familiar, num arranjo de atividades nas pequenas propriedades, dentro de uma visão sistêmica de unidade de produção. Ela é alternativa de renda para mais da metade dos 42.000 produtores comerciais de suínos do Estado. A sobrevivência da mesma depende, principalmente, da sobrevivência de pequenas e médias empresas, que tem tido dificuldades de acesso a recursos para a reestruturação, sejam públicos ou privados. Do mesmo modo, a produção não integrada, também, teve dificuldades de acesso aos recursos públicos para investimentos, como o PRONAF. Estes agentes, à margem das grandes integrações, dependem muito do poder público tanto no aspecto de recursos, como no aspecto de geração e difusão de tecnologia. Ao Estado, como estimulador do desenvolvimento, cabe considerar esses aspectos nas suas políticas.

Entre as alternativas de sobrevivência dos agricultores, fora das grandes integrações, na cadeia de suínos, está o processamento de matéria-prima através de pequenas indústrias formais e informais.

As pequenas indústrias formais de processamento de suínos, fazem parte do universo das micro e pequenas indústrias agroalimentares deste país, que, de acordo com Belik (1999), representam 97,5% do número total de empresas do setor, respondem por 37% do valor produzido no setor e empregam 50,4% da mão-de-obra

da indústria. A importância destas pequenas indústrias, quando tomadas no seu conjunto, está na sua capacidade de dinamizar a economia dentro de um processo de desenvolvimento descentralizado, no seu aspecto social de geração de empregos formais ou na disponibilização de postos de trabalho, que em última análise, também são importantes no aspecto económico e social para o desenvolvimento local.

Estas pequenas indústrias que processam suínos, estabelecem uma série de relações, de vínculos, para trás e para frente na cadeia e, como vimos, elas têm origem na informalidade. Esta marca de informalidade permanece por muito tempo nestas empresas e que se manifestam pelo tipo de relação que estabelecem com a distribuição, principalmente. Estas pequenas empresas, adquirem a maior parte da matéria-prima de produtores informais ou independentes, vizinhos, conhecidos, com quase total ausência de organização da produção. No processo de industrialização, que é artesanal, utilizam basicamente mão-de-obra familiar e é complementada pela mão-de-obra contratada, temporária, de vizinhos e conhecidos, que fazem da atividade uma fonte extra de renda familiar. A mão-de-obra contratada, permanente, representa pouco em termos percentuais como foi possível constatar na pesquisa realizada. Estas pequenas empresas geram, em média, 8 postos de trabalho. A flexibilidade de custos, decorrente principalmente da utilização de mão-de-obra familiar e temporária, dos investimentos relativamente baixos, da flexibilidade organizacional, o que proporciona uma taxa de uso variável da estrutura, sempre com alta ociosidade, além do não pagamento integral de tributos diretos, são fatores que permitem a estas empresas competir com os produtos das grandes empresas. Aliam-se a estes fatores, as características dos produtos tipo colonial, frescos e de preço acessível quando comparado aos das grandes empresas. Há um estrato de consumidores que preferem estes produtos e que

identificam a questão do *tipo colonial* com qualidade, sem produto químico, embora, às vezes, ocorra o uso destes produtos, especialmente quando estas empresas aumentam a escala de produção. Esta preferência pode ser observada, por exemplo, quando comparamos a venda de salame colonial com o industrial, o primeiro vende quase 10 vezes mais que o segundo. Os produtos destas empresas, ao contrário do que afirmam alguns autores, não são sinônimos de produtos de baixa qualidade, nem são direcionados para populações de baixa renda. Os mercados são construídos como resultado da ativação de vínculos sociais, de parentesco, de amizade, de origem e também culturais. A comercialização está baseada na pequena distribuição, cujo proprietário, mantém com o processador vínculos ou algum tipo de relação social que nos referimos anteriormente.

Alguns aspectos merecem consideração, quando analisamos a pequena indústria formal. O primeiro é a origem da flexibilidade destas empresas, que permite a elas concorrer no mercado. Na atual estrutura tributária, fiscal e de legislação sanitária, o fim desta flexibilidade, associada à falta de recursos para investimentos, acompanhada da necessidade de uma escala de produção relativamente elevada, significa o fechamento destas empresas ou a indução das mesmas à informalidade. O segundo aspecto, diz respeito à necessidade de uma organização mínima na cadeia, onde se estabeleçam compromissos entre pequenas indústrias, produtores de suínos e também uma organização mínima na pequena distribuição visando somar forças para sobreviver na atividade. Os três agentes têm necessidade de alianças estratégicas para a sobrevivência. Estas alianças podem ser reforçadas com estímulos de apoio técnico, financeiros e de estruturas de apoio, como por exemplo, a pesquisa agropecuária, a análise da qualidade dos produtos, auxílio na comercialização. Estas estruturas de

apoio podem ser disponibilizadas através de busca de apoio e parcerias com universidades e centros de pesquisa, públicos e privados. E como terceiro ponto, também dentro de uma visão que vai além da pequena propriedade, que envolve a pequena indústria, a pequena e média distribuição e entidades de classe, entendemos que é preciso aproveitar os produtos e a aceitação dos mesmos, para realizar um apelo social para o consumo, associando o consumo destes produtos à produção familiar, à pequena agroindústria, à sobrevivência da pequena distribuição, à geração de emprego e desenvolvimento local e regional descentralizado.

Em relação à informalidade, como forma de inserção de produtores familiares nos mercados, podemos afirmar que o processamento informal de suínos não é uma atividade nova, ela está presente em todos ou quase todos os ramos de atividade, inclusive na cadeia de suínos. Porém, sua importância aumenta, com a queda no nível de renda no meio rural, com o desemprego urbano e a ameaça de exclusão. Através do estudo de caso, procuramos mostrar que o processamento informal de suínos no município em questão, é maior do que os dados oficiais apontam. A informalidade tem importância econômica e social expressiva, quando juntamos todas as atividades. Por exemplo, no município onde foi realizado o levantamento de dados sobre a industrialização informal de suínos, foram identificados mais de uma dezena de processadores de carne suína, com certeza, existem centenas de produtores de derivados de leite, queijos diversos, nata e manteiga para comercialização, frutas, verduras, tubérculos, aves, carnes de outras espécies, cachaça, vassouras, doces e outros produtos industrializados.

Parte dos produtos da informalidade passam pelas vias formais de comercialização, como vimos no levantamento junto aos distribuidores de carne. Um

percentual significativo (10% das vendas de carne suína e derivados) é oriundo de pequenas indústrias artesanais informais. No município onde foi realizada a pesquisa sobre informalidade, considerando as vendas no comércio local e a quantidade produzida informalmente e comercializada no município, pois parte é comercializada na região, podemos concluir que, em torno de um terço da carne suína e derivados consumidos no município tem origem na pequena indústria artesanal informal. Aqui desconsideramos o abate para consumo nas propriedades.

Os mercados informais são formados, quase que exclusivamente, a partir de redes de relações sociais pessoais. Eles são construídos e mantidos pela vontade expressa do consumidor e do processador, com base em relações de confiança e amizade. Quando se rompem estes vínculos e estas relações, principalmente de confiança, extingue-se este mercado. Um aspecto que chamou a atenção, no levantamento de campo realizado, foi que, a maior parte dos consumidores destes produtos não pertence ao estrato da população de baixa renda. Os preços favoráveis destes produtos não beneficiam, prioritariamente, a camada da população de menor renda.

A repressão pura e simples, através da legislação fiscal, tributária e sanitária, não extingue este tipo de mercado, justamente pelas características da sua formação e manutenção. Ele sempre vai encontrar novas formas de existência e de adaptação aos contextos.

A informalidade merece maior atenção dos agentes de pesquisa e dos formuladores de políticas públicas, primeiro pela expressão que têm no contexto econômico e pela sua importância no aspecto social, como alternativa de geração de renda. O tratamento repressivo que é dado a este mercado, em nada contribui para a

extinção ou redução dos níveis do mesmo. Não se pode negar, embora ilegal, a legitimidade da informalidade enquanto alternativa de sobrevivência. A disponibilização de mecanismos públicos, tributários, fiscais e de exigências sanitárias, compatíveis com a dimensão das atividades, visando torná-las alternativas dignas, formais e viáveis de sobrevivência, talvez, seja a forma de incorporar parte da informalidade na economia formal.

BIBLIOGRAFIA

- ALTMANN, R. **A agricultura familiar e os contratos: reflexões sobre os contratos de integração, a concentração da produção e a seleção de produtores.** Florianópolis, 1997. 112 p.
- ANUALPEC 99. **Suinocultura e criações diversas.** São Paulo, 1999. P. 327 –357.
- ANUÁRIO BRASILEIRO DO AGRIBUSINESS. **Revista Globo Rural.** Ed. Globo. Novembro de 1999.
- BELATO, Dinarte. **Os camponeses integrados.** UNICAMP. Tese de Mestrado. 1985, 443p.
- BELIK, Walter. **Políticas setoriais para o setor agroalimentar no Brasil: aspectos conceituais e evidências empíricas.** In: MALUF, R. S; WILKINSON, J. et al. (Org.) Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa, Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999, p.179 198.
- BENETTI, M. D. (coord.) et alii. **Agribusiness – projeto RS – 2010.** Porto Alegre, 1998. 80 p.
- CARVALHO JUNIOR, L.C. **Estratégias de crescimento das empresas e o padrão de concorrência das indústrias avícola e suinícola brasileiras.** UFSC, Florianópolis, Agosto de 1997. Tese.
- CASAROTTO FILHO, N. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégia para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana/** Nelson Casarotto Filho, Luís Henrique Pires. – São Paulo: Atlas, 1998.

- COLEMAN, J.S. A **Rational Choice Perspective on Economic Sociology**. In: SMELSER, N.J. et SWEDBERG, R. The Handbook of Economic Sociology. cap. 7, Princeton University Press Princeton, N. J. Russell Sage Foundation New York. 1994, p. 166 –201.
- DELGADO, G. C. **Capital financeiro e agricultura no Brasil: 1965 –1985**. Icone editora / Editora da Unicamp. São Paulo, 1985. 239 p.
- ESCRITÓRIO MUNICIPAL da EMATER/RS e Conselho de Desenvolvimento Comunitário - Cadastro de Produtores de Suínos - Vila Maria - RS. 1999.
- ESCRITÓRIO MUNICIPAL da EMATER/RS – Cadastro de Produtores de Suínos - Camargo - RS. 1999.
- FABRE, P. **Utilización del análisis de cadenas para el análisis económico de las políticas**. Workshop sobre Capacitación en Análisis de Cadenas Agroalimentarias y Macroeconomía/Políticas Agrícolas en América Latina. REDCAPA - FAO, Rio de Janeiro, 14 a 17 de diciembre de 1998. P.6-17.
- FAMURS (Federação das Associações dos Municípios do Rio Grande do Sul). Relação de Abatedouros Municipais. Porto Alegre, 1999. 29 p. Mimeo.
- FASOLO, J., GIROTTO, A. F. **Evolução Histórica dos preços do Suíno, Insumos e suas Relações de Troca na Região Oeste de Santa Catarina**. Centro Nacional de Pesquisa de Suínos e Aves (CNPISA) – Concórdia, SC. 1992. Documento 29. 50p.
- FLORES, NI. **Colonialismo e Missões Jesuíticas no Brasil**. Porto Alegre, Nova Dimensão/EST (Instituto de Cultura Hispânica do RS. 1986.2º cd. 160p.
- FOLHA DE SÃO PAULO**. Caderno 4, Folha Ilustrada, p. 10, 22/10/1999.
- FOLHA DE SÃO PAULO**. Caderno 3, Cotidiano, p.1, 16/01/2000.
- FRENKEL, J. **Introdução**. In: LABINI, P.S. Oligopólio e Progresso Técnico; tradução de Vittoria Cerbino Salles. Rio de Janeiro: Ed. Forense-Universitária; São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1980.
- GAZETA MERCANTIL**. Balanço Anual. 30/06/1999. Ano XXIII – nº 23 – publicação anual. p. 64-66; 74-76.

- GOMES, M.F.M. et alii. **Análise Prospectiva do Complexo Agroindustrial de Suínos no Brasil**. Concórdia: EMBRAPA - CNPSA, 1992. 108 p. (EMBRAPA - CNPSA. Documento, 26).
- GRANOVETTER, M. **The Sociological and Economic Approaches to Labor Market Analysis: A Social Structural View** – Cap. 9 - In: The Sociology of economic life. Boudier, San Francisco, Oxford: Westview Press, 1992, p. 233 –264.
- GRANOVETTER, M. & SWEDBERG, R. **Introduction**. In: GRANOVETTER. M. & SWEDBERG, R. The Sociology of economic life. Boudier, San Francisco, Oxford: Westview Press, 1992, p. 1 –26.
- GRANOVETTER, M. **Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness**. In: GRANOVETTER. M. & SWEDBERG, R. The Sociology of economic life. Boudier, San Francisco, Oxford: Westview Press, 1992, p. 53 – 81.
- GRAZIANO DA SILVA, J. **A nova dinâmica da agricultura brasileira**. Campinas: UNICAMP, 1996. 217 p.
- GREEN, R.H. **Las estrategias de las grandes empresas de carnes y productos destinados a la alimentación animal en el mundo: ConAgra, Cargill, Socopa, Veronesi y Nippon Meat Packers**. In: GREEN, H. R; SCHVARZER J; WILKINSON, J. (Coord.(s). Mercados, Tecnología y Empresas: Granos y Carnes en Argentina y Brasil. INRA – IAA, Paris, marzo 1991, p.29 - 54.
- GREEN, R.H. **Principales tendencias de la reestructuración del sistema alimentario mundial**. In: Workshop: Reestruturação da Indústria Alimentar. Campinas, 22 e 23 de junho de 1993. Mimeo. 37 p.
- GREEN, R. H. **La distribución alimentaria en Europa**. INRA – Paris, maio de 1993 – Apresentado no Workshop: Reestruturação da Indústria Alimentar. Campinas, 22 e 23 de junho de 1993. Mimeo 27 p.
- GUERRERO, M. del Mar Gimenez. **La red social como elemento clave del desarrollo local: el caso de los programas LEADER de Castilla y León**. In: III Colóquio Hispano Português de Estudos Rurais. Lisboa, 1995. SOPER (Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais), 1996. P.408 - 419.

- GUTMAN, G. e RECA, A. **Análisis de Subsistemas Agroalimentarios – Notas Metodológicas**. In: Workshop sobre Capacitación en Análisis de Cadenas Agroalimentarias y Macroeconomía/Políticas Agrícolas en América Latina. FAO/REDCAPA, Rio de Janeiro, 14 a 17 de diciembre de 1998.
- IBGE – Censo Agropecuário 1995 –1996.**
- IBGE - POF**, dados levantados em **1987 e 1996**, nas 9 principais regiões metropolitanas do Brasil: Belém, Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.
- LABINI, P.S. **Oligopólio e Progresso Técnico**. Rio de Janeiro: Ed. Forense-Universitária; São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1980.
- LAMARCHE, Hugues A. (coord.) **A agricultura familiar**. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1993. 335 p.
- LAMOUNIER, B. (Coord.). **Determinantes Políticos da Política Agrícola: um Estudo de Atores, Demandas e Mecanismos de Decisão**. In: Estudos de Política Agrícola - 9, Documentos de Trabalho, Projeto PNUD BRN91/014, 1994, p. 1-25, e p. I - 26 (apêndice).
- LIMA, Arlindo J. P. de. et alii. **Administração da Unidade de Produção Familiar - modalidade de trabalho com agricultores**, Ijuí - RS: Ed. UNIJUÍ, 1995. p. 53-54.
- MALUF, R.S. **Planejamento, Desenvolvimento e Agricultura na América Latina – um roteiro de temas**. UFRRJ. Rio de Janeiro. Debates CPDA, nº 3, novembro de 1997. P. 55 – 77.
- MALUF, R.; WILKINSON, J.; GREEN, R. et al. **Reestruturação do Sistema Agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa**, Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999. 202 p.
- MARCHETTI, V. (Coord.). **Agribusiness dos Suínos no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, julho de 1995, 164 p.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de produtos de Origem Animal – Legislação Inclusa. Escopo Editora, Brasília-DF. 165p.

- MIOR, L.C. **Empresas agroalimentares, produção agrícola familiar e competitividade no complexo carnes de Santa Catarina**. UFRRJ – CPDA, Tese de Mestrado, 1992.
- MÜLLER, G. **O CAI de carnes no Brasil**. Relatório de Pesquisa, São Paulo, 1982.
- MOLLER, G. **Poder econômico e empresas líderes na cadeia agroindustrial de carnes no Brasil**. UNESP, São Paulo. In: GREEN, H. R; SCHVARZER J; WILKINSON, J. (Coord.). Mercados, Tecnologia y Empresas: Granos y Carnes en Argentina y Brasil. INRA IAA, Paris, mars 1991, p.155-193.
- MÜLLER, L. A. et MENEGUETTI, G. A. **Estratégias para a Agricultura Familiar**. Textos CPDA, n° 4/ dezembro/ 1998, 16 p.
- OLIVEIRA, J.A.V.; SCHMIDT, W.; TURNES, V.; et alli. **Avaliação do potencial da indústria rural de pequeno porte (IRPP) em Santa Catarina**. Florianópolis: CEPAGRO, 1999. 75 p.
- PAULA, N. M. de. **Pequenas e Médias Empresas na Indústria Agroalimentar**. In: MALUF, R. S; WILKINSON, J. et al. (Org.) Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa, Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999, P. 171 –178.
- POLANYI, K. **A grande transformação: as origens da nossa época**. Rio de Janeiro: Campus. 1980, p.51 - 58.
- POLANYI, K. **The Economy as Instituted Process**. In: GRANOVETTER M. & SWEDBERG, R. The sociology of economic life. Boudier, San Francisco, Oxford: Westview Press, 1992, p. 29 - 51.
- PORTES, A. **The informal economy and its paradoxes**. In: SMELSER, N.J. et SWEDBERG, R. The Handbook of Economic Sociology. Princeton University Press Princeton, N. J. Russell Sage Foundation New York. Cap. 17, 1994, p. 426 - 449.
- POSSAS, M. P. **Estruturas de mercado em oligopólio**. Economia e Planejamento E&P, 2ª edição, Editora HUCITEC, São Paulo. 1987. 187 p.
- PROCHNIK, V. **Cadenas y Etapas en el Complejo Industrial de Construcción Civil**. Panamericana. México. 1988.
- PRONAF - **Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar** - doc. 25, MA-SDR, Brasília, setembro de 1996, 37 p

- PRONAF AGROINDÚSTRIA** - Integração, Agroindustrialização e Comercialização da Produção da Agricultura Familiar. 1998 - 2002. Manual de Orientação para Elaboração de Projeto de Desenvolvimento. MA - SDR - DIER, Brasília, setembro de 1998, 28 p.
- PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - **MANUAL OPERACIONAL DO PRONAF**, doc. 26. - MA - SDR, Brasília, outubro de 1996, 47p.
- RELATÓRIO MENSAL DE ABATES – SIPS – RS** (Sindicato das Indústrias de Processamento de Suínos do Rio Grande do Sul). Agosto de 1999.
- REVISTA AGROANALYSIS**. Instituto de Economia. Centro de Estudos Agrícolas. Vol. 18, nº 5, 15/05/1998. Fundação Getúlio Vargas (FGV).
- REVISTA AGROANALYSIS**. Instituto de Economia. Centro de Estudos Agrícolas. Vol. 19, nº 7, 15/07/1999. Fundação Getúlio Vargas (FGV).
- SANTOS, R. Rocha dos. **A grande distribuição e a indústria de alimentos no Brasil, algumas tendências**. In: Workshop: Reestruturação da Indústria Alimentar. Campinas, 22 e 23 de junho de 1993. Mimeo. 20 p.
- SANTOS, R. Rocha dos. **Inovações tecnológicas e interações na produção de carnes e grãos no Brasil**. GEAS – UFPR. In: GREEN, H. R; SCHVARZER J; WILKINSON, J. (Coord.(s). Mercados, Tecnologia y Empresas: Granos y Carnes en Argentina y Brasil. INRA - IAA, Paris, mars 1991, p.103 – 122,
- SECRETARIA DE AGRICULTURA E ABASTECIMENTO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – **Serviço de Inspeção Estadual**. Movimento de Abate – Comparativo entre Espécies – 01/98 a 12/98, 1999, 4 p.
- SIPS - Sindicato da Indústria Processadora de Suínos do Rio Grande do Sul - **Relatório Anual de abates** - relativo a 1998, Porto Alegre, 1999.
- SIPS - Sindicato da Indústria Processadora de Suínos do Rio Grande do Sul - **Relatório mensal de abates** - agosto de 1999, Porto Alegre, 1999.
- SMELSER, N. J. et SWEDBERG, R. **The Sociological Perspective on the Economy**. In: SMELSER, N.J. et SWEDBERG, R. The Handbook of Economic Sociology. Princeton University Press Princeton, N. J. Russell Sage Foundation New York. 1994, p. 3 - 26.

- SPOHR, P.A., MARCHETTI, V., ROHR, E.J. **Suinocultura: Importância para o Rio Grande do Sul**. UFRGS, Centro de Estudos e Pesquisas Econômicas – IEPE, Porto Alegre, março/1996. 46 p.
- SWEDBERG, R. **Market as social structures**. Cap. II. In: SMELSER, N.J. & SWEDBERG, R. eds. *The handbook of economic sociology*. Princeton, New York: Princeton University Press/Russell Sage Foundation, 1994, p. 255 – 282
- TAVARES, M. C. **Acumulação de capital e industrialização no Brasil**. Tese de Livre Docência apresentada à UFRJ. Fac. de Economia e Administração. Rio de Janeiro. Mimeo. 182 p.
- TESTA, V.M; NADAL, R. de; MIOR, L.C.; BALDISSERA, I. T.; CORTINA, N. **O desenvolvimento sustentável do Oeste Catarinense (Proposta para a discussão)**. Florianópolis: EPAGRI, 1996. 247 p.
- VIGORITO, R. **Criterio metodológicos para el estudio de complejos agroindustriales**, México, ILET, 1978. 22 p.
- WAINTUCH, J. M. **Poder público e iniciativa empresarial no desenvolvimento do setor de carnes da Região Oeste Catarinense**. UFRRJ – CPDA, Tese de mestrado. Rio de Janeiro, agosto de 1995. 151 p.
- WILKINSON, J. **Agroindústria: articulação com os mercados e capacidade de integração sócio-econômica da produção familiar**. CEPAL (Centro de Estudos para a América Latina e Caribe), Santiago, Agosto de 1994. 49 p. Versão Preliminar.
- WILKINSON, J. **Estudo de carnes**. Rio de Janeiro, 1998. Não publicado. 21 p.
- WILKINSON, J. **O futuro do Sistema Alimentar**. Dossiê FAST, Comissão das Comunidades Européias. Estudos Rurais. Editora HUCITEC, São Paulo, 1989.
- WILKINSON, J. **Socio-economic approaches to agroindustrial innovation: illustrations from the brazilian small farming and land reform sectors**. Rio de Janeiro. Debates CPDA, nº 6, setembro/1998.
- ZELIZER, V.A. **Human Values and the Markets: The Case of Life Insurance and Death in 19th-Century America** – 1988, Cap. II, In: GRANOVETTER, M. et SWEDBERG, R. *The Sociology of Economic Life*. Westview Press. Boulder. San Francisco. Oxford. 1992, p. 285 - 306

ZYLBERSZTAJN, D. Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições. USP, FEAC, Departamento de Administração, São Paulo, 1995. 238 p.

ANEXOS

Questionário -1
(Agricultores produtores de suínos)

1. Nome do agricultor:
2. Município:
3. Área total da propriedade (em hectares):
 - () total (incluir arrendada e própria)
 - () própria
 - () arrendada de
 - () arrendada para
 - () em parceria
 - () outra condição (posseiro...) Qual?
4. Do total da receita bruta da propriedade, quanto, em percentual, corresponde a cada atividade:
 (Ex.: suinocultura (40)%. leite (25)%. grãos (20)%. etc... O Total tem que fechar 100%)
 - () % suinocultura
 - () % leite
 - () produção de grãos (soja, milho comercializado, trigo comercializado)
 - () % da produção de aves
 - () % de outras atividades (oleicultura, fruticultura, agroindustrialização.etc.)
 - () % de atividades não agrícolas (venda de mão-de-obra, prestação de serviços de máquinas para terceiros, trabalho temporário na cidade, serviço de pedreiro, enfim, de qualquer fonte que não seja da agricultura e da pecuária)
5. O agricultor produz suínos de forma:
 - () integrada a uma empresa privada (Perdigão, Sadia, Avipal, Frangosul...)
 - () Cooperada (Cosuel, Coopermarau, Cotrigo. Santa Clara... ou outra cooperativa.)
 - () independente (vende a produção onde convém. não possui vínculo com nenhuma empresa)
 - () outra forma. Qual?
6. Caso o produtor produza de forma independente, a comercialização é feita:
Assinalar as opções correspondentes
 - () para comerciantes que levam a produção para diversos frigoríficos (no estado ou fora dele)
 - () para frigoríficos na região
 - () para pequenos abatedouros registrados
 - () para pequenos abatedouros não registrados ou agricultores que abatem e vendem a produção, no município ou na região.
 - () comercializa, ora com um agente ora com outro, não possui um agente fixo para o qual vende a produção.
 - () outros. Quais?
7. O agricultor abate na propriedade para a comercialização?
 - () sim
 - () não

8. Em caso de abate na propriedade para a comercialização, onde comercializa os produtos?

Assinalar todas as opções:

- ☐ comercializa por encomenda na cidade, para clientes fixos.
- ☐ comercializa diretamente para conhecidos e amigos...
- ☐ comercializa os produtos em supermercados
- ☐ comercializa em pequenos mercados e açougues
- ☐ outros locais. Quais?

Caso o agricultor abata para comercialização, aplicar o questionário 4.

9. Os critérios que mais pesam, normalmente, na hora de escolher onde vai vender os suínos vivos silo: Assinalar as opções correspondentes

- ☐ amizade com o comerciante, dono do frigorífico, abatedouro etc...
- ☐ confiança que tem no comprador.
- ☐ vende para quem paga o melhor preço.
- ☐ vende para aqueles a quem deve obrigações (financeiras, favores etc...)
- ☐ Outros critérios. Quais?

10. O plantel de suínos (número de suínos existentes no dia da entrevista)

- ☐ < de 10 suínos
- ☐ de 10 - 50 animais
- ☐ 50 a 100 animais
- ☐ 100 a 200 animais
- ☐ mais de 200 animais.

11. O sistema de produção de suínos:

- ☐ é de ciclo completo
- ☐ especializado - produz leitões
- ☐ especializado - é terminador
- ☐ ciclo completo e terminador
- ☐ ciclo completo e produtor de leitão.
- ☐ outra Qual?

12. Número de suínos vendidos em 1998.

- ☐ menos de 10 cabeças.
- ☐ entre 10 e 20
- ☐ entre 20 e 40
- ☐ entre 40 e 60
- ☐ entre 60 e 100
- ☐ entre 100 e 200
- ☐ mais de 200 cabeças.

13. Os insumos utilizados na produção de suínos:

Milho

- ☐ 100 % comprado
- ☐ 100 % produzido na propriedade.
- ☐ menos de 50% é produzido na propriedade e o restante é comprado
- ☐ mais de 50% é produzido na propriedade e o restante é comprado.
- ☐ eventualmente compra milho

Concentrado protéico

- ☐ 100% é adquirido fora da propriedade, pronto.
- ☐ menos de 50% é de fora e o restante é feito na propriedade
- ☐ mais de 50% é adquirido fora e o restante é feito na propriedade.

14. O alimento para os suínos (milho, farelo de soja ou concentrado, suplemento vitamínico ou mineral) é adquirido:
- ☐ com recursos próprios
 - ☐ compra no comerciante para pagar com a venda dos suínos
 - ☐ é fornecida pela cooperativa para pagamento com a venda dos suínos
 - ☐ é fornecida pela integração para acerto na venda dos suínos
 - ☐ faz financiamento bancário
 - ☐ toma dinheiro emprestado de terceiros para comprar os insuetos.
 - ☐ outra forma. Qual?
15. Caso o produtor seja integrado. pretende continuar integrado?
- ☐ sim
 - ☐ não
16. Caso seja integrado, quais as vantagens de ser produtor integrado?
- Assinalar todas as opções apontadas pelo agricultor.
- ☐ tem garantia de comercialização de produto.
 - ☐ a empresa financia a alimentação dos animais.
 - ☐ assistência técnica
 - ☐ outras vantagens. Quais?
 - ☐ todas as anteriores
 - ☐ Não tem nenhuma vantagem.
17. 3. Caso o produtor não seja integrado, gostaria de se integrar?
- ☐ sim
 - ☐ Não
18. Caso o produtor não queira se integrar, pergunta-se: quais são as vantagens de não ser integrado?
- Assinalar todas as opções apontadas pelo agricultor.
- ☐ escolhe para quem vender procurando o melhor preço.
 - ☐ produz o suíno da forma como deseja.
 - ☐ tem mais liberdade em usar alimentos alternativos, caseiros
 - ☐ amplia ou reduz o plante) quando convém
 - ☐ não necessita de instalações sofisticadas e precisa fazer grandes investimentos.
 - ☐ todas as acima citadas.
 - ☐ outras. Quais?
19. Caso o produtor não seja integrado e queira se integrar, quais são as vantagens de ser integrado, no entendimento do agricultor?
-
-
-
-
20. 6. O preço do suíno na integração, em relação ao comércio não-integrado, é:
- ☐ maior
 - ☐ menor
 - ☐ igual.

21. A suinocultura representa, na receita total da propriedade:
- ☐ () menos de 25% do total.
 - ☐ () entre 25 e 50%
 - ☐ () entre 50 e 75%
 - ☐ () mais de 75% do total.
22. O atual estado das instalações para a criação de suínos pode ser considerado:
- ☐ () bom
 - ☐ () regular
 - ☐ () ruim
 - ☐ () foram construídas ou reformadas recentemente.
23. As instalações silo construídas em:
- ☐ () alvenaria
 - ☐ () madeira
 - ☐ () mista (madeira e alvenaria)
- área total construída:.....m²
24. Investiu na atividade suinícola (instalações e equipamentos), pela última vez:
- ☐ () investiu a menos 2 anos
 - ☐ () entre 2 e 5 anos
 - ☐ () entre 5 e 10 anos
 - ☐ () não investe há mais de 10 anos.
25. Caso tenha investido na suinocultura nos últimos 5 anos. os recursos utilizados eram:
- ☐ () próprios (dinheiro de poupança, endividamento para pagamento posterior, etc.)
 - ☐ () de bancos (B. Brasil. Banrisul, Sicredi, outros bancos)
 - ☐ () de terceiros (comerciantes, de empresas integradoras, de parentes, amigos etc...)
 - ☐ () Outras fontes. Quais?
26. Caso tenha investido recursos de linhas de crédito bancário. Qual o programa que financiou o investimento?
- ☐ () PRONAF
 - ☐ () PROGER (rural)
 - ☐ () FEAPER
 - ☐ () Outra linha de crédito. Qual?
27. Caso não tenha investido na atividade, nos últimos 5 anos, qual o motivo de não ter investido?
- ☐ () Não havia necessidade de investimentos.
 - ☐ () Não pretende mais investir na suinocultura e vai investir em outras atividades.
 - ☐ () Não conseguiu linhas de crédito no Banco e não possui recursos próprios.
 - ☐ () Não vai mais investir na agropecuária.
 - ☐ () outro motivo. Qual?
28. Quais as perspectivas futuras em relação à suinocultura?
- ☐ () pretende manter como está, sem investimentos ou ampliação.
 - ☐ () pretende encerrar as atividades na suinocultura e investir em outras atividades.
 - ☐ () Pretende ampliar a atividade, melhorar e fazer investimentos.
 - ☐ () pretende reduzir a produção e ampliar a produção de outras atividades.
 - ☐ () não sabe.

29. Caso pretenda mudar de atividade, qual seria a primeira opção entre as abaixo citadas (assinalar uma só opção)
- () Produção e/ou ampliação da produção de leite.
 - () produção e/ou ampliação da produção de grãos.
 - () produção de aves
 - () produção de peixes
 - () agroindustrialização (artesanal ou não)
 - () Outra. Qual?

----- As questões 30 até 35 são facultativas -----

30. Total de pessoas na família (número de pessoas)

<u>Idade</u>	<u>total de pessoas (nº)</u>	<u>Grau de instrução*</u>
< 10 anos		
10 - 14 anos		
15 - 60 anos		
60 - 65 anos		
> 65 anos		

* Em grau de instrução, colocar até que série estudou, ex.: série primária.

31. Contrata mão-de-obra:

() sim
() não

32. Se contrata mão-de-obra, a mesma é:

() permanente
() temporária

33. Se for contratação de mão-de-obra temporária:

() número de dias/ano

34. Vende mão-de-obra: (contar todos os serviços realizados fora da propriedade, e que resultem em algum ganho/receita para a propriedade. Considerar todos os membros da família).

() sim
() Não

35. Se vende, a soma total dos dias vendidos pelos membros da família representa:

..... dias (número).

Entrevistador: ____/08/1999.

Questionário – 2
(Pequenas agroindústrias formais)

1. Nome da agroindústria:.....
2. Município:
3. Ano de fundação:.....
4. Legalizada (registrada)
☐ sim ☐ não
5. Tem serviço de inspeção:
☐ sim ☐ não
6. Caso tenha serviço de Inspeção, este é:
☐ municipal
☐ Estadual
☐ Federal
7. As atividades da indústria:
☐ somente abate e distribui carcaças e cortes.
☐ Abate, distribui cortes de carne *in natura*, e processa (industrializa) parte do abate.
☐ Somente industrializa.
☐ Abate e industrializa toda a produção.
☐ Outras. Qual?
8. Qual é a capacidade limite da planta do abatedouro, frigorifica, indústria...?
☐ menos de 50 cabeças/dia
☐ de 50 a 100 cabeças/dia
☐ de 100 a 300 cabeças/dia
☐ de 300 a 500 cabeças/dia
☐ mais de 500 cabeças/dia. Caso seja mais de 500, quantas são?
9. Qual foi a média de abate e/ou processamento. durante o ano de 1999.
☐ menos de 10 cabeças/dia
☐ de 10 a 20
☐ de 20 a 50
☐ de 50 a 100
☐ mais de 100 cabeças/dia
10. Onde comercializa a produção?
☐ no local - município
☐ na região (Estado)
☐ em outros estados

11. Caso o destino da produção seja a região (Estado), em qual região comercializa a maior parte da produção?
- ☐ nos municípios vizinhos
 - ☐ na região da grande Caxias do Sul (Caxias do Sul e municípios vizinhos)
 - ☐ na região de Passo Fundo
 - ☐ na região de Lajeado-Estrela (e municípios vizinhos)
 - ☐ na região da Grande Porto Alegre.
 - ☐ Nenhuma destas. Caso a resposta seja nenhuma destas, então qual é?
12. A distribuição (entrega) é feita:
- ☐ pela própria indústria, abatedouro ou frigorífico...
 - ☐ por atacadistas
 - ☐ por atacadistas e pela indústria
 - ☐ outros. Quem?
13. Numere pela ordem de importância, 1 o mais importante e 4 o menos importante, os principais clientes dos produtos da indústria:
- ☐ Atacadistas
 - ☐ Grandes supermercados
 - ☐ médios supermercados
 - ☐ mercadinhos e açougues
 - ☐ venda direta aos consumidores
14. Qual é a produção média mensal de produtos (carne, embutidos e outros produtos) dos últimos 12 meses?
-Kg/mês
15. Do total produzido, nos últimos 12 meses, em porcentagem, quanto foi para:
- ☐ % atacadistas
 - ☐ % grandes supermercados
 - ☐ % médios supermercados
 - ☐ % mercadinhos e açougues
 - ☐ % consumidores diretamente
16. Que produtos a indústria produz?
- Carne *in natura* Kg/mês
- Salame colonial..... Kg/mês
- Banha..... Kg/mês
- Presunto..... Kg/mês
- Salsicha..... Kg/mês
- Mortadela..... Kg/mês
- Outros embutidos..... Kg/mês
- Outros produtos
- Kg/mês
- Kg/mês
17. Tem algum produto, cuja característica (qualidade, sabor...), puxa as vendas de outros produtos?
-
-
18. No seu entendimento, o mercado de produtos suínos. carnes e derivados:
- ☐ está saturado
 - ☐ há um espaço de mercado grande para os produtos
 - ☐ há pouco espaço de mercado
 - ☐ Não sabe...

19. No seu entendimento, quais são os principais problemas na comercialização de produtos suínos?

1.
2.
3.
4.
5.

20. A abertura de novos mercados é feita:

- ☐ através de vendedores
- ☐ diretamente pela indústria
- ☐ por indicação de pessoas conhecidas
- ☐ através de parentes e amigos
- ☐ Outras formas. Quais?

21. Que fatores são fundamentais para manter o mercado dos produtos?

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)

22. Quais são as principais exigências dos consumidores em relação aos produtos?

.....

23. Em termos de custos de produção, em relação aos custos das grandes empresas, no seu entendimento, são:

- ☐ maiores
- ☐ iguais
- ☐ menores

Por quê?

.....

24. Como são estabelecidos os preços dos produtos? Qual é a relação que mantém com as grandes indústrias em termos de preços? O preço do produto sempre é decisivo para manter o mercado?

.....

25. As perspectivas em relação ao futuro:

- ☐ é manter como está
- ☐ é fechar o estabelecimento
- ☐ é diminuir a produção
- ☐ ampliar
- ☐ não sabe

26. Se você tivesse que enumerar, quais seriam os principais problemas da sua atividade?

1.
2.
3.
4.
5.

27. Qual a origem dos suínos abatidos no estabelecimento. em porcentagem?

- () Própria (%)
 () de pequenos produtores (%)
 () de grandes produtores (%)
 () Outra. Qual?

28. Qual é a característica da empresa. que os clientes e a própria empresa mais prezam

.....

29. Os equipamentos utilizados são especializados?

- () sim () não

30. A tecnologia de produção de derivados suínos,

- () foi aprendida com os pais
 () através de cursos promovidos por entidades públicas. Qual?
 () através de cursos com instituições privadas. Qual?
 () paga alguém para fazer
 () outra forma de aprendizado. Qual?

31. Mão-de-obra – número de pessoas empregadas:

- () empregados permanentes
 () empregados temporários

32. Anotações:

.....

Entrevistador:

___/08/1999.

QUESTIONÁRIO – 3

(Supermercados - pequenos mercados - açougues...)

1. Nome:
2. Município:
3. Produtos derivados de suínos vendidos no estabelecimento:

Salame.....	kg/mês	preço/kg.....
Mortadela.....	kg/mês	preço/kg.....
Presunto.....	kg/mês	preço/kg.....
Salsicha.....	kg/mês	preço/kg.....
Carne in natura.....	kg/mês	
Outros produtos.....	kg/mês	
.....	kg/mês	
.....	kg/mês	
.....	kg/mês	
.....	kg/mês	
4. Dos produtos derivados de suínos vendidos no estabelecimento, quanto, em percentual, vem das seguintes origens:
 - () grandes empresas. Consideram-se grandes empresas para efeito de pesquisa: SADIA, PERDIGÃO, COSUEL (Dália). COTREL(Nobre), PRENDA. FRANGOSUL. AVIPAL.
 - () Médias empresas: Frigoríficos diversos - Bassanense - Zucchetti, e outros sob inspeção estadual.
 - () pequenas empresas: abatedouros municipais e regionais.
 - () abatidos diretamente por agricultores
 - () adquiridos e abatidos pelo próprio estabelecimento.
 - () Outra fonte. Qual?
5. Se considerarmos os últimos 2 anos. o consumo de carne suína e derivados, de um modo geral:
 - () tem aumentado
 - () tem diminuído
 - () continua o mesmo
6. Houve algum produto cujo consumo aumentou nos últimos 2 anos:
 - () salame
 - () carne *in natura*
 - () presunto
 - () mortadela
 - () salsicha
 - () Outros. Quais?

7. Há produtos cujo consumo diminuiu nos últimos 2 anos:
- ☐ salame
 - ☐ carne *in natura*
 - ☐ presunto
 - ☐ mortadela
 - ☐ salsicha
 - ☐ outro. Qual?
8. No seu entendimento, a redução ou aumento do consumo de produtos derivados de suínos se deve:
- ☐ oscilação na renda (devido à situação econômica do país)
 - ☐ há substituição de derivados suínos por outros.
 - ☐ têm alguma motivação relacionada à saúde das pessoas
 - ☐ propaganda
 - ☐ preço dos produtos
 - ☐ outros motivos. Quais?
9. É possível distinguir diferença de consumo de carne suína entre as diferentes categorias de renda da população?
- ☐ sim ☐ não
10. 10.0 consumo de carne suína, se dá mais entre a população:
- ☐ de baixa renda
 - ☐ de renda média e assalariados
 - ☐ de renda alta.
 - ☐ todas consomem igualmente.
 - ☐ não é possível distinguir as categorias de renda que mais consomem.
11. Há sempre produtos derivados de suínos disponíveis no estabelecimento?
- ☐ sim ☐ não
12. Caso a resposta seja não, quais produtos não estão sempre disponíveis no estabelecimento.
- ☐ às vezes faltam todos
 - ☐ os embutidos faltam mais frequentemente
 - ☐ não há sempre disponibilidade de carne, mas nunca fana embutidos.
 - ☐ Tanto embutidos quanto carnes são vendidos esporadicamente.
 - ☐ Nem sempre há disponibilidade de embutidos, mas sempre há carne disponível.
13. Quais os motivos mais freqüentes da falta de carne suína e derivados no estabelecimento?
-
-
14. Quais as principais reclamações dos consumidores em relação à carne suína e derivados:
- ☐ é muito gorda e gordura faz mal à saúde
 - ☐ o preço é muito alto
 - ☐ nem sempre há disponibilidade
 - ☐ os cortes nem sempre são bem feitos
 - ☐ Outras. Quais?

15. Quanto a regularidade de consumo de carne suína e derivados.
☐ a maior parte dos clientes compra carne de suíno e derivados de vez em quando
☐ a maior parte compra semanalmente
☐ a maior parte compra mensalmente
☐ compra seguido, mas não há uma regularidade de compra
16. Há fidelidade de uma parcela dos clientes em relação ao estabelecimento (a maior parte das compras sempre são feitas neste estabelecimento)?
☐ sim ☐ não
17. Em relação a marca dos produtos, há clientes que pedem produtos pela marca? Ex. quero presunto Sadia!!!
☐ sim ☐ não
18. Caso haja clientes que pedem produtos pela marca, estes clientes representam:
☐ menos de 20 % do total
☐ de 20 - 30 %
☐ de 30 - 40 %
☐ em torno de 50 %
☐ mais de 50 % do total.
19. Dos que pedem produtos pela marca, a renda da maior parte deles pode ser considerada:
☐ média a alta
☐ média
☐ média-baixa
20. Os clientes que, sempre ou freqüentemente comprem no estabelecimento, têm uma relação pessoal com os proprietários:
☐ de amizade e confiança
☐ de parentesco
☐ de ambas
☐ outra. Qual?
21. Os clientes perguntam sobre a origem da carne de suínos e derivados?
☐ Todos
☐ a maior parte deles
☐ alguns
☐ ninguém
22. Há uma preocupação dos clientes em relação à qualidade dos produtos?
☐ sim ☐ não
23. O que os clientes entendem por qualidade de carne suína e derivados?
☐ aspecto visual
☐ condições de higiene no abate e armazenamento
☐ muita gordura
☐ produtos frescos
☐ todas as opções anteriores
☐ outra. Qual?

24. No seu entendimento, qual a percentagem de consumidores que tem preocupação com qualidade de produto?
- ☐ menos de 10 % do total.
- ☐ de 10 - 30 % dos consumidores
- ☐ de 30 a 50 %
- ☐ mais de 50 % do total dos consumidores
25. 25.Há facilidade de se conseguir produtos de grandes empresas (perdigão, Sadia, Aurora, Dália, Nobre, etc...)
- ☐ sim
- ☐ não
- ☐ nem sempre
26. 26.Há facilidade de se conseguir produtos de pequenos frigoríficos e abatedouros?
- ☐ sim
- ☐ não
- ☐ nem sempre
27. Há algum problema em relação a pequenos frigoríficos e abatedouros, no que diz respeito a abastecimento e qualidade? Quais?
-
-
28. Outras observações...

Entrevistador: ____/08/1999.

Questionário - 4
(Agroindústrias artesanais informais)

1. Nome:
2. Município:
3. O proprietário é agricultor?
() sim () não
4. Caso seja agricultor, qual é a área de terra que possui?
..... hectares.
5. É criador de suínos?
() sim () não
6. Qual é a quantidade de suínos que possui?
..... cabeças
7. O sistema de produção é:
() ciclo completo
() produtor de leitões
() terminador
() sistema misto (produtor de leitões e terminador)
8. A renda da propriedade tem origem (especifiquem a origem em peso percentual de cada atividade):
() % no abate e processamento de suínos
() % na comercialização de suínos vivos
() % na produção de grãos (milho, soja, trigo...)
() % na produção de leite
() % em atividades não agrícolas (atividades típicas urbanas, atividades de prestação de serviços ou outras que não sejam da agricultura ou pecuária)
9. Há quanto tempo iniciou o abate e processamento de suínos na propriedade?
() há 1 (um) ano.
() há dois anos
() Entre 2 (dois) e 5 (cinco) anos
() Há mais de 5 anos.
10. Entre os motivos que levaram a abater e processar suínos estilo (assinale com x as respostas mais adequadas):
() necessidade de complementar a renda da propriedade
() a necessidade de agregar renda na atividade suinícola, em função do preço baixo do suíno vivo, e da baixa escala da produção, e altos custos de produção.
() o processamento de carne suína é uma tradição na família e deseja continuar. () o produtor só abate porque têm encomendas.
() Outros motivos. Quais?

11. A origem dos suínos abatidos e processados no estabelecimento:
- ☐) são todos próprios
 - ☐) são adquiridos de pequenos agricultores próximos.
 - ☐) compra suínos na região.
 - ☐) parte dos suínos são próprios e parte são adquiridos de pequenos agricultores.
 - ☐) compra carcaças de agricultores ou frigoríficos e processa.
 - ☐) outra. Qual?
12. A tecnologia de produção de embutidos e outros derivados de suínos:
- ☐) aprendeu com os pais e pessoas mais velhas da família ou amigos
 - ☐) fez cursos promovidos por entidades públicas. Qual?
 - ☐) fez cursos com instituições privadas. Qual?
 - ☐) aprendeu sozinho.
 - ☐) outra forma de aprendizado. Qual?
13. Qual a média de abate de suínos/mês nos últimos 2 anos?
..... cabeças/mês
14. Quais os produtos produzidos e vendidos pelo estabelecimento?
- | | |
|----------------------------|--------|
| Carne in natura..... | kg/mês |
| banha..... | kg/mês |
| salame colonial | kg/mês |
| salame (Industrial)* | kg/mês |
| salsicha..... | kg/mês |
| Presunto..... | kg/mês |
| mortadela..... | kg/mês |
| outros embutidos**..... | kg/mês |
| Outros produtos..... | kg/mês |
| | kg/mês |
| | kg/mês |
| | kg/mês |
| | kg/mês |
- * Por salame industrial entende-se o salame parecido (tempero e sabor) com o das grandes indústrias, com aditivos químicos. não defumado...
- ** Outros embutidos: entra neste item, morcela, queijo de porco, etc...
15. Onde comercializa os produtos?
- ☐) diretamente com os consumidores oferecendo o produto
 - ☐) entrega em pequenos mercados e açougues
 - ☐) em mercados médios
 - ☐) parte vende a consumidores e parte é vendida em açougue e pequenos mercados
 - ☐) Só vende, sob encomenda a açougues e mercados
 - ☐) Vende a maior parte sob encomenda. diretamente a consumidores
16. Quem são seus maiores clientes? Numere por ordem de importância, 1 é o mais importante e 3 o menos importante, as alternativas apresentadas.
- ☐) açougues e mercados
 - ☐) consumidores diretos
 - ☐) outros. Quais?

17. Que relação mantém com os clientes:
☐ parentesco
☐ amizade
☐ confiança
☐ todas as três anteriores
☐ outra. Qual?
18. Os seus clientes são fiéis?
☐ sim ☐ não
19. Caso acha os clientes fiéis, quais os motivos, no seu entendimento, da fidelidade na compra de seus produtos? (assinalar todas as alternativas que considerar corretas)
☐ qualidade dos produtos
☐ sabor, característica. por exemplo o gosto do salame colonial.
☐ preço acessível dos produtos, mais baixos que os das outras empresas
☐ amizade com o proprietário do açougue ou mercado
☐ confiança na sua pessoa
☐ relação de parentesco...
☐ outra. Qual?
20. Caso o produtor venda diretamente para os consumidores, qual é o perfil da maior parte dos consumidores, em termos de renda:
☐ a maior parte é de alta renda
☐ a maior parte é de baixa renda
☐ são consumidores de média a alta renda
☐ são consumidores de média a baixa renda
☐ são consumidores de diversos extratos de renda
21. Os preços dos produtos vendidos pelo seu estabelecimento são maiores ou menores dos praticados no mercado?
☐ maiores
☐ menores
☐ iguais
22. 14.Se os preços dos produtos fossem iguais ou um pouco maiores aos dos outros abatedouros e frigoríficos, acha que os clientes seus, comprariam seus produtos do mesmo jeito?
☐ sim ☐ não
 Porquê?
23. Você tem algum tipo de ajuda no que diz respeito a inspeção dos produtos?
☐ sim ☐ não
24. Já teve problemas com as autoridades sanitárias por falta de inspeção?
☐ sim ☐ não
25. 17.Você gostaria de se adequar às exigências em termos de legislação sanitária?
☐ sim ☐ não
26. 18.Quais são as maiores dificuldades em termos de adequação à legislação sanitárias?
☐ custo elevado das instalações
☐ falta de apoio a nível de poder público (local e Estadual)
☐ falta de unia linha de crédito, específica para isso. com juros compatíveis
☐ outras. Quais?

27. Qual seria o custo para se adequar a legislação atual de abate e processamento?

.....
.....
.....
.....
.....

28. No seu entendimento o que deveria mudar para tornar esta atividade uma alternativa de renda para pequenos agricultores?

.....
.....
.....
.....
.....

Entrevistador:..... ____/08/1999.

