

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM AGRONEGÓCIOS
MESTRADO EM AGRONEGÓCIOS

TIAGO COSTA SANTOS

**IDENTIFICAÇÃO DE FATORES INIBIDORES À REALIZAÇÃO DE
NEGÓCIOS DE ARROZ EM CASCA NA BOLSA BRASILEIRA DE
MERCADORIAS NO RIO GRANDE DO SUL**

Porto Alegre
Agosto de 2005

TIAGO COSTA SANTOS

**IDENTIFICAÇÃO DE FATORES INIBIDORES À REALIZAÇÃO DE
NEGÓCIOS DE ARROZ EM CASCA NA BOLSA BRASILEIRA DE
MERCADORIAS NO RIO GRANDE DO SUL**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito à obtenção do grau de Mestre em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Antonio Domingos Padula

Porto Alegre
Agosto de 2005

RESUMO

Este trabalho discute a comercialização da commodity arroz em casca na Bolsa Brasileira de Mercadorias do Rio Grande do Sul. Os objetivos principais são, em um primeiro momento, caracterizar os agentes da cadeia produtiva de arroz, e caracterizar a transação desta commodity. Em seguida, a partir de uma pesquisa com os agentes envolvidos, discute-se os aspectos facilitadores e dificultadores a realização de negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias. O método de pesquisa empregado é o estudo exploratório, em que os dados primários foram levantados através de questionário aplicado em 12 agroindústrias e 36 produtores. Também se utilizaram dados secundários provenientes de várias fontes. O trabalho é concluído com a apresentação dos resultados, que revelam, entre outros, que aspectos culturais e estruturais da cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul entravam a realização de negócios na Bolsa. Entretanto, observam-se aspectos comportamentais facilitadores que podem indicar um aumento no volume de negócios promovidos pela instituição nos próximos anos.

Palavras-chave: Arroz, Agroindústria Orizícola, Transações de Commodities.

ABSTRACT

This work discusses the commercialization commodity rice on the Bolsa Brasileira de Mercadorias in Rio Grande do Sul. The main objectives are, at a first moment, to characterize the agents of the rice productive chain, and characterize the rice's transactions in RS. After that, departing from research with the agents involved, discussed facilitators aspects and complicate aspects to realization transactions on the BBM. The research method used was the exploratory study, in which de primary data had been raised through questionnaire applied in 12 agro-industries and 36 agriculturalists. Secondary data, coming from various sources, were also used. The work is concluded with the presentation of the results, which reveal – among other things – that culturals aspects and structures aspects of the rice productive chain complicate contain the realization transactions on the BBM. At the same time, observe behavioral facilitators aspects that can indicate a increment on the transactions quantity in BBM next years.

Key-words: Rice, Rice Agro-industry, Commodities Transactions.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Evolução dos recursos disponibilizados pelo governo para subsídio à comercialização e financiamentos agrícolas	16
Figura 2 - Produção total arroz RS.....	59
Figura 3 - Beneficiamento total arroz por região RS	60
Figura 4 - Composição do grão de arroz.....	64
Figura 5 - Regiões produtoras de arroz no RS.....	68
Figura 6 - Filière da Cadeia Produtiva de Arroz no Rio Grande do Sul.....	69
Figura 7 - Logotipo Bolsa Brasileira de Mercadorias.....	78
Figura 8 - Localização Produtores de Arroz por Região no RS.....	84
Figura 9 - Área Plantada dos Produtores (Ha)	85
Figura 10 – Escolaridade dos Produtores	86
Figura 11 – Origem dos Recursos Financeiros dos Produtores.....	87
Figura 12 - Vínculo dos produtores c/ a terra.....	88
Figura 13 - Como Produtores Comercializam a Safra.....	89
Figura 14 - Fatores Considerados na Comercialização	90
Figura 15 - Conhecimento BBM por parte dos Produtores.....	91
Figura 16 - Efetivação de Negócios na BBM por parte dos Produtores	92
Figura 17 - Tipo de Negócio Realizado pelos Produtores.....	93
Figura 18 - Grau Satisfação dos Produtores	93
Figura 19 - Disposição à Negócios na BMRS por parte dos Produtores.....	94
Figura 20 - Localização Agroindústrias no RS	98
Figura 21 - Quantidade Beneficiada ton/ano.....	99
Figura 22 – Escolaridade dos Gestores de Agroindústrias	100

Figura 23 - Mercado principal das Agroindústrias	101
Figura 24 - Como as Agroindústrias Comercializam	102
Figura 25 - Fatores Considerados na Comercialização	103
Figura 26 - Conhecimento BBM por parte da Agroindústria	105
Figura 27 - Efetivação de Negócios na BBM por parte das Agroindústrias.....	106
Figura 28 - Tipo de Negócio Realizado pelas Agroindústrias.....	107
Figura 29 - Grau Satisfação das Agroindústrias.....	108
Figura 30 - Disposição à Negócios na BBM por parte das Agroindústrias	109

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Análise de Contratos conforme ECT	39
Quadro 2 - Análise de Contratos conforme ECT, enfocando Cenário Arroz RS	40
Quadro 3 - Agronegócio do arroz no RS	65

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Evolução dos recursos disponibilizados pelo governo brasileiro para subsídios a comercialização e financiamentos agrícolas	15
Tabela 2 - Produção de arroz por região RS.....	59
Tabela 3 - Percentual de produção por região RS	60
Tabela 4 - Beneficiamento total de arroz por região RS.....	60
Tabela 5 - Percentual de beneficiamento por região RS.....	61
Tabela 6 - Distribuição de Arroz por Região no Brasil.....	75

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	10
1.2 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA	19
1.3 OBJETIVOS	22
1.3.1 Objetivo Geral	22
1.3.2 Objetivos Específicos	22
1.4 JUSTIFICATIVA	22
1.5 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	26
2 REFERENCIAL TEÓRICO	28
2.1 COMERCIALIZAÇÃO	29
2.1.1 Comercialização de Commodities	31
2.2 ECONOMIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO (ECT)	32
2.3 CADEIAS PRODUTIVAS AGROINDUSTRIAIS	40
2.3.1 Filière	43
2.4 FATORES COMPORTAMENTAIS	46
2.5 REFERENCIAL TEÓRICO E SUAS INTER-RELAÇÕES	51
3 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS	53
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	53
3.2 INSTRUMENTO DE COLETA	54
3.3 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO-ALVO E AMOSTRA	57
3.4 EXECUÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	62

4 CARACTERIZAÇÃO DOS AGENTES ENVOLVIDOS NA COMERCIALIZAÇÃO DE ARROZ EM CASCA NO RIO GRANDE DO SUL	63
4.1 FILIÈRE PRINCIPAL.....	69
4.1.1 Agricultura (produção arroz em casca).....	70
4.1.2 Agroindústrias (engenhos beneficiadores)	72
4.1.3 Distribuidores	73
4.1.4 Consumidor Final.....	75
4.2 FILIÈRE AUXILIAR	76
4.3 ATIVIDADES TERCIÁRIAS.....	76
4.3.1 Bolsa Brasileira de Mercadorias	77
5 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	83
5.1 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS.....	83
5.1.1 Análise dos Dados de Produtores	83
5.1.2 Análise dos Dados de Agroindústrias	97
5.1.3 Análise dos Dados da Bolsa Brasileira de Mercadorias - BBM.....	112
5.1.4 Análise dos Dados do Instituto Riograndense de Arroz - IRGA	113
5.1.5 Análise dos Dados do Sindicato das Indústrias de Arroz RS - SINDARROZ.....	114
5.2 DISCUSSÃO FINAL	115
6 CONCLUSÕES	124
6.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
6.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO	131
6.3 SUGESTÕES PARA NOVAS PESQUISAS	131
REFERÊNCIAS	133
APÊNDICE A	136
APÊNDICE B	139

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Em um panorama econômico global mutante, onde a abertura de mercados multiplicou o número de concorrentes das empresas, observa-se uma busca incessante em todos os segmentos pela profissionalização, otimização de seus processos, e por fim, aumento de competitividade. Mudanças fazem parte do cotidiano dos atuais gestores, e a velocidade com que às mesmas são realizadas freqüentemente dão a tônica do sucesso das empresas modernas. Com o setor agropecuário brasileiro não poderia ser diferente. Mudanças constantes fazem parte do contexto das empresas envolvidas no agronegócio brasileiro. E a forma e rapidez com que estas empresas adequam-se a estas mudanças mensura o sucesso que as mesmas terão no mercado.

Ainda referente ao Agronegócio, que trata-se da soma de todas as operações envolvidas no processamento e distribuição dos insumos agropecuários, as operações de produção na fazenda, o armazenamento e processamento e a distribuição de produtos agrícolas e seus derivados (DAVIS,J; GOLDBERG,R.A., 1957); o segmento possui importância vital para o Brasil, tanto quanto aos aspectos econômicos, como para os aspectos sociais. A geração de riquezas provenientes do

agronegócio atinge cerca de 40% do Produto Interno Bruto nacional. Segundo Fonte et al. (1998), o Brasil é um dos grandes exportadores de grãos do mundo, e aproximadamente 60% de sua balança comercial está voltada para o setor. Sob o ponto de vista social, deve-se salientar que o segmento é um dos maiores geradores de empregos do País. Entretanto, mesmo com esta relevância para o País, o setor enfrentou um período de grandes transformações nos últimos anos, principalmente no que diz respeito ao subsídio a financiamento e comercialização de safras agrícolas.

O presente estudo aborda a comercialização de determinada commodity agrícola, aspecto extremamente relevante para a eficiente administração de um negócio, financiamento do mesmo, e conseqüente aumento de competitividade da empresa rural. O estudo é elaborado tendo como foco de análise a cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul. O referido setor pode muito bem exemplificar o processo de mudança ocorrido nos últimos tempos. De atividade altamente subsidiada pelo governo, e com proteções contra concorrentes externos, hoje observa-se a escassez de subsídios a orizicultura, e mercados abertos. Antes de avançar nas particularidades do setor definido, cabe detalhar alguns aspectos da evolução histórica dos subsídios ao financiamento e comercialização de produtos agrícolas no Brasil.

Antes da Revolução de 30 não havia preocupação alguma por parte do poder público com a agricultura. Após a revolução começaram a surgir alguns planos governamentais a fim de desenvolver a agropecuária. No ano de 1931 o Banco do Brasil financiou pela primeira vez a compra direta de café dos produtores. Porém, somente em 1937 o banco criou a Carteira de Crédito Agrícola e Industrial (CREAI).

No ano de 1964, em plena ditadura militar, é criado o Banco Central (BACEN), com a missão de controlar o Banco do Brasil. Porém o banco passou a usar livremente a conta movimento do orçamento público. Cabe salientar que neste mesmo ano o governo instalou diversos programas e ações governamentais a fim de criar condições para um acelerado crescimento econômico que remetesse o Brasil à ótica do sistema capitalista mundial. Porém tais atitudes não contemplaram a agricultura, pois os governantes consideravam o setor como retardatário no processo de crescimento econômico. O resultado foi que no período o crescimento da produção deu-se unicamente pelo crescimento extensivo do uso da terra, e não pelo uso de tecnologias modernas.

Ainda no período associou-se a baixa produtividade as políticas de contenção da inflação, via controle de preços. Tal fato desestimulou os produtores, resultando em produções agrícolas insuficientes para cobrir a demanda exigida pela população.

Dada a necessidade do desenvolvimento do setor primário, em 1965 foi criado o Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR), com base nas aplicações compulsórias de parcela dos depósitos à vista dos bancos e no aumento da base monetária. Em 1971 o sistema passou a contar também com títulos públicos federais. O SCNR possuía como objetivo a introdução de novas tecnologias no campo, acelerando a formação de capitais e facilitando o custeio e comercialização agropecuária.

A partir deste período o Governo percebeu que a modernização da agricultura era pressuposto básico para a modernização da economia nacional. A política de incentivos à agricultura foi tomando fôlego, e ao final da década 70 os subsídios ao setor chegaram a alcançar mais de R\$ 30 bilhões.

Os últimos anos da década 70 e os primeiros anos da década 80 marcaram o ápice da política de concessão de facilidades a agricultura a qualquer custo. Ainda na década 70 havia começado um movimento para restringir as operações do Banco Central e do Banco do Brasil. Porém somente em 1984 concluiu-se que era necessário extinguir a conta movimento, unificando o orçamento da união através da delegação da responsabilidade de autorizar a expansão das divisas públicas ao Congresso Nacional.

A exaustão da capacidade de intervenção do Governo na agricultura através de crédito subsidiado, e a inflação crescente juntamente com os combates promovidos para controlá-la, acabaram por desestruturar as fontes usadas para a modernização rural e o incremento da produção.

De 1987 até o início do plano real em 1994 houve uma queda drástica nos subsídios. Além de escassos, os financiamentos passaram a possuir correção monetária plena, e juros em torno de 10% ao ano.

A partir deste período começou a perceber-se o endividamento do setor primário. No período 40% do volume total liberado ao crédito rural era proveniente da caderneta de poupança, cuja remuneração era TR + 6% ao ano. Portanto os financiamentos necessitavam o mesmo indexador. Porém, no final da década 80 foram implantadas novas políticas de estabilização econômica. Tais medidas elevaram as taxas de juros a fim de conter o consumo e atrair capital externo. Como os preços agrícolas não acompanharam os juros do financiamento, a situação agravou-se. O resultado foi uma forte inadimplência do setor, acumulando até o ano de 1997 um saldo de R\$ 7 bilhões.

Como solução para o problema o governo propôs a securitização, dividindo o saldo devedor em sete parcelas, com dois anos de carência, vinculando o pagamento em equivalência produto.

Observou-se na última década com o advento do plano real um aumento progressivo das safras, aliado a um aumento de demanda interna. Tal fenômeno porém não conseguiu sustentação. Um dos motivos pode estar na chamada “âncora verde” do plano real. Tal fenômeno refere-se a política de conter a inflação através do baixo preço pago por produtos essenciais (produtos da cesta básica) oriundos da agricultura. Em muitas culturas os preços pagos no mercado não cobrem os custos de produção, o que indica uma ineficiência grave do sistema.

Preocupado com a situação criada, o Governo passou a diminuir sensivelmente o volume de recursos destinados ao custeio e comercialização da produção. Os critérios para a disponibilização de recursos aos agricultores estão cada vez mais rígidos. Não estão sendo repassados recursos acima de R\$ 200.000,00 a apenas uma pessoa, e os recursos mínimos estão estimados em R\$ 40.000,00 por pessoa. Este valor é estimado de acordo com o perfil do produtor, e os juros cobrados são da ordem de 8,75% ao ano, em média.

Tabela 1 - Evolução dos recursos disponibilizados pelo governo brasileiro para subsídios a comercialização e financiamentos agrícolas

Anos	Custeio	Investimento	Comercialização	Total
1970	2.112,00	666,50	1.112,90	3891,4
1971	2.446,80	910,60	1.272,90	4630,3
1972	2.972,90	1.479,90	1.460,80	5913,6
1973	4.706,90	2.028,70	2.144,20	8879,8
1974	6.948,10	2.767,30	3.131,80	12847,2
1975	8.481,90	4.357,80	4.718,30	17558,0
1976	9.372,40	4.328,40	4.837,50	18538,3
1977	9.751,60	3.692,30	5.026,10	18470,0
1978	9.750,70	3.360,40	4.479,20	17590,3
1979	12.253,00	3.606,90	4.581,90	20441,8
1970/79	68.796,30	27.198,80	32.765,60	128.760,70
1980	12.261,20	2.799,20	4.447,90	19508,3
1981	11.841,20	2.318,60	4.817,70	18977,5
1982	12.644,70	1.776,90	4.054,10	18475,7
1983	7.250,20	1.604,80	2.260,30	11115,3
1984	5.033,80	646,60	1.075,10	6755,5
1985	6.100,60	800,50	1.438,40	8339,5
1986	9.127,00	2.978,70	2.146,80	14252,5
1987	9.885,30	1.740,20	1.954,80	13580,3
1988	7.736,10	1.643,40	1.852,90	11232,4
1989	10.897,80	1.236,10	1.304,10	13438,0
1980/89	92.777,90	17.545,00	25.352,10	135675,0
1990	6.546,50	588,20	1.310,00	8444,7
1991	6.527,20	445,80	776,70	7749,7
1992	5.149,70	794,70	2.165,90	8110,3
1993	4.262,80	1.198,80	1.898,20	7359,8
1994	5.442,10	1.295,60	3.165,60	9903,3
1995	3.995,30	819,20	1.207,40	6021,9
1996	3.986,10	571,40	357,80	4915,3
1997	5.207,06	804,91	799,77	6692,2
1998	5.809,16	1.578,62	913,35	8301,1
1999	4.399,88	1.115,54	975,44	6490,9
1990/99	51.325,79	9.212,77	13.570,16	73.989,20
2000	3.977,90	669,10	1.181,30	5528,3
2001	3.561,60	746,30	1.312,50	5620,4
2002**	10.674,80	829,80	1.217,10	5927,2

Fonte: IBGE(1965 a 1968) - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (www.ibge.gov.br)

BACEN (1969 a 2002) - Banco Central do Brasil (www.bcb.gov.br)

(*) Após 1997 US\$ Corrente

(**) Alocados para o Plano Safra 2002/2003.

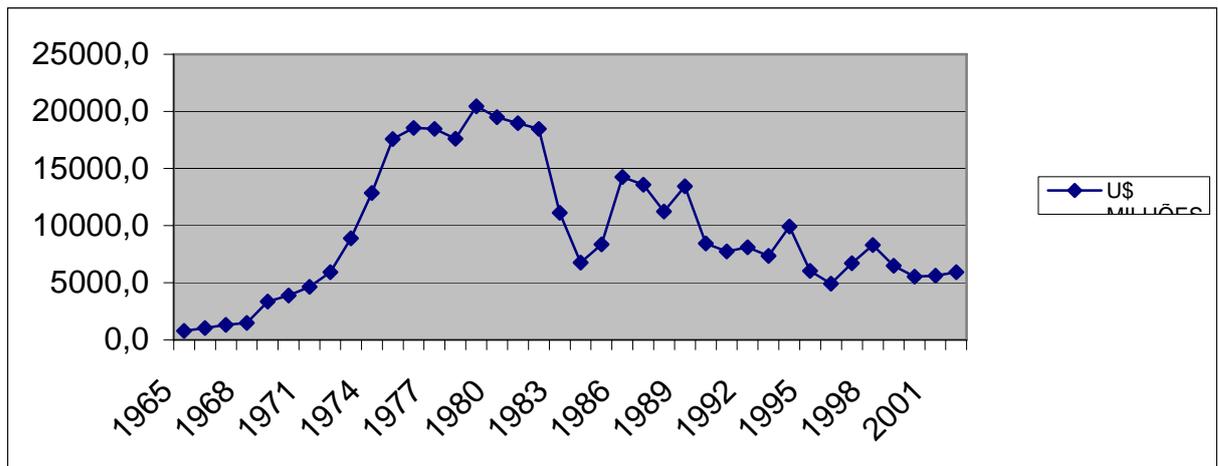


Figura 1 - Evolução dos recursos disponibilizados pelo governo para subsídio à comercialização e financiamentos agrícolas

Dado esta constatada exaustão da máquina pública em direcionar abundantes recursos ao setor, e com a eminente necessidade dos produtores serem cada vez mais competitivos, o mercado reagiu oferecendo alternativas para o financiamento e comercialização da atividade produtiva.

Entre as ferramentas criadas com o fim de auxiliar a comercialização dos produtos de origem agrícola, estão:

Contrato de Opção de Venda: A exemplo do preço mínimo, é também uma modalidade de seguro (proteção) contra a queda de preços. O contrato de opção de venda dá ao produtor ou à cooperativa o direito (mas não a obrigação) de vender sua produção a um valor preestabelecido (chamado de preço de exercício), na data de vencimento do contrato. Normalmente, o preço de exercício é superior ao preço mínimo do respectivo produto. O governo, por meio da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) vende os contratos por meio de leilão público organizado pelas Bolsas de Mercadorias. O preço pago para adquirir um contrato chama-se prêmio. O lançamento dos contratos de opção ocorre geralmente quando os preços pagos aos produtores estão baixos (na época da colheita) ou quando o governo quer

estimular o plantio de um dado produto. O preço mínimo é uma garantia gratuita, enquanto o contrato de opção é uma garantia onerosa. Em compensação, é uma garantia líquida e certa, enquanto que o PM depende de disponibilidade orçamentária.

Recompra ou Repasse dos Contratos de Opção de Vendas: A recompra ou repasse dos Contratos de Opção de Venda constitui-se de uma subvenção econômica, concedida pelo governo com o objetivo de indenizar a diferença entre os preços de exercício das opções de venda adquiridas do governo e os preços praticados no mercado, desonerando-o da obrigação de adquirir o produto. No caso da recompra, o produtor ou cooperativa titular da opção de venda, ao participar do leilão público e arrematar o prêmio, ganhará o direito de receber o valor da subvenção econômica, objeto do leilão, e perderá o direito de exercer a opção de venda originalmente contratada. Por exemplo: se o mercado de um produto estiver com preços de R\$ 12/saca e o contrato de opção garantir um preço de R\$ 14/saca, o governo estará disposto, no leilão de recompra, a oferecer um bônus em torno de R\$ 2/saca para desfazer-se de sua obrigação. O produtor só aceita se isso lhe convier. Por sua vez, o repasse da opção de venda constitui-se no pagamento de um bônus a qualquer interessado que assumira a obrigação de receber o produto em substituição à Conab, devendo honrar, em comum acordo com o detentor da opção, todas as obrigações previstas no contrato.

Prêmio de escoamento do Produto (PEP): O objetivo prioritário desse mecanismo é promover a garantia de preços ao produtor e às cooperativas, sem a necessidade de aquisição da produção. Por esse sistema, o governo paga um prêmio para que os consumidores do produto o adquiram diretamente dos agricultores ou cooperativas a um preço preestabelecido (geralmente preço mínimo). Esse prêmio equivalerá, em média, à diferença entre o preço garantido e o de

mercado. É oferecido por intermédio da Conab, em leilões públicos organizados pelas Bolsas de Mercadorias. Dessa forma, o governo promove a garantia de preços aos produtores e, ao mesmo tempo, livra-se do ônus da estocagem e transporte do produto, a custos elevados e com risco de deterioração e desvios.

Cédula do Produto Rural (CPR) com Liquidação Física: É um título que constitui-se numa promessa de entrega de produtos rurais e que pode ser emitido pelos produtores e suas associações, inclusive cooperativas. A CPR é endossável e exigível pela quantidade do produto nela previsto. Sua liquidação só é permitida por meio da entrega física da mercadoria. Através da CPR, o produtor antecipa a venda da produção, principalmente com a finalidade de obter recursos para custear o plantio. Pode ser negociada nos mercados de bolsas e de balcão, desde que registrada em sistema de registro e de liquidação financeira, administrado por entidade autorizada pelo Banco Central. Para dinamizar e tornar mais atraentes e seguras essas operações, o Banco do Brasil e outros bancos concedem aval aos emitentes da CPR, mediante a cobrança de comissão. O Banco do Brasil também realiza leilões da CPRs por ele avalizadas. Existe também a CPR "Export", criada pelo Banco do Brasil. Trata-se de uma Cédula de Produto Rural destinada à venda de produtos agropecuários no mercado internacional, com entrega física.

Cédula do Produto Rural (CPR) com Liquidação Financeira: Tem as mesmas características da CPR Física, mas possibilita o pagamento em dinheiro na data de vencimento do título. Por intermédio da CPR com Liquidação Financeira, outros agentes econômicos (investidores externos, fundos de investimento ou fundos de pensão) podem participar do financiamento ao setor rural, diminuindo os custos para o produtor. Ao fazerem a venda antecipada da produção, tanto o agricultor como a cooperativa poderão optar pelo uso da CPR com entrega do produto ou pela CPR com Liquidação Financeira. No caso da CPF com Liquidação Financeira, terá que

ser definido um preço de referência (ou índice de preços) para determinar seu valor na data do vencimento. Tem as mesmas características da CPR Física, mas possibilita o pagamento em dinheiro na data de vencimento do título. Por intermédio da CPR com Liquidação Financeira, outros agentes econômicos (investidores externos, fundos de investimento ou fundos de pensão) podem participar do financiamento ao setor rural, diminuindo os custos para o produtor. Ao fazerem a venda antecipada da produção, tanto o agricultor como a cooperativa poderão optar pelo uso da CPR com entrega do produto ou pela CPR com Liquidação Financeira. No caso da CPF com Liquidação Financeira, terá que ser definido um preço de referência (ou índice de preços) para determinar seu valor na data do vencimento.

Em comum as opções acima citadas possuem o fato de serem realizadas via Bolsa Brasileira de Mercadorias. Entre outros benefícios, esta modalidade de comercialização apresenta a possibilidade de financiar a atividade agrícola do produtor sem a necessidade de intervenção do governo. Entretanto, os negócios de arroz em casca via Bolsa Brasileira de Mercadorias não tem se consolidado.

1.2 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA

Em um cenário onde visualiza-se uma exaustão do poder público em subsidiar a atividade agrícola, aliado ao fato da abertura de fronteiras e aumento da competitividade global, passa a ser primordial aos agentes da cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul compreender e utilizar as modernas ferramentas de comercialização desta commodity.

Tradicionalmente, os agentes participantes no processo de comercialização de arroz em casca no Rio Grande do Sul (produtores e agroindústrias) possuem relações estabelecidas. A maior parte dos negócios ocorre de acordo com o

mercado *Spot*, ou seja, aquele em que as transações são resolvidas em um único instante de tempo. De forma geral, a comercialização de arroz no Rio Grande do Sul obedece padrões pré estabelecidos. O arroz é comercializado em seu estado natural e livre de odores estranhos ou diferentes do característico do produto. A negociação entre o vendedor e o comprador ocorre de acordo com o mercado vigente, e considerando fatores como: Classe, Tipo e principalmente pelo Rendimento (Relação de inteiros e quebrados). Outros fatores observados são umidade e impurezas. Quando acima do convencional (máximo de 13,00% de umidade e máximo de 2,00% de impureza) o procedimento é o desconto proporcional em peso. A determinação de todos os fatores que constituem a formação do preço é feita a partir da coleta de uma amostra representativa do lote que é colhido no silo, através de transilagem, ou da pilha com coleta em diversos pontos. Com a prova de todos os itens já analisados, é estabelecido um valor que é negociado entre as partes interessadas (LUDWIG, 2004). Em suma, em um primeiro momento o produtor endivida-se com os custos envolvidos na produção de sua lavoura, e somente após a colheita do cereal que o mesmo preocupa-se com fatores pertinentes a comercialização e remuneração de seu trabalho.

Fundamental para a compreensão do fenômeno, deve-se observar que há uma urgência de quebra de paradigma na cadeia produtiva foco deste estudo. Deve-se abandonar o paradigma “plantar para vender” e assumir um novo paradigma, o “vender para plantar”. As antigas formas de financiamentos contribuíram para o endividamento do produtor. As novas tendências de financiamento e comercialização indicam para a venda antecipada.

É evidente que houve uma exaustão técnica das antigas ferramentas utilizadas para o financiamento de recursos para as atividades agropastoris, especificamente, no caso objeto do estudo, houve uma exaustão dos mecanismos financiadores da

atividade produtiva e conseqüente comercialização da commodity arroz em casca no Estado do Rio Grande do Sul. Neste novo contexto, o mercado reagiu naturalmente de forma adaptativa à nova realidade. Sendo assim, surgem novas práticas, novos mecanismos, condizentes estes com o atual escopo do mercado.

Partindo destas constatações, verifica-se que a Bolsa Brasileira de Mercadorias possui ferramentas de comercialização de commodities agrícolas que atendem a estas novas exigências. Aliado ao fato, os mecanismos de comercialização existentes na Instituição contemplam também outros aspectos importantes pertinentes a transações comerciais de arroz em casca no Rio Grande do Sul. Dentre outros aspectos primordiais, a Bolsa garante entrega do produto, pagamento na data prevista, e especificações solicitadas. Este fato ameniza em muito as incertezas pertinentes a esta cadeia. Entretanto, apesar de uma aparente estrutura sólida para a concretização de negócios da commodity arroz em casca na instituição, chega-se ao problema chave.

Tendo a Bolsa Brasileira de Mercadorias todo somatório de condições favoráveis à negociação de arroz em casca no mercado gaúcho, e com embasamento científico sugere-se que estes mecanismos são condizentes com a realidade de mercado, mesmo assim as mesmas ocorrem em números reduzidos diante o montante total comercializado no Estado. Além disso, os agentes participantes são poucos, tendo como fontes vendedoras basicamente agentes governamentais, e como compradores um reduzido número de indústrias. Surge então a questão central do estudo: previamente supondo-se que a Bolsa Brasileira de Mercadorias possui condições favoráveis às transações envolvendo arroz em casca no mercado gaúcho, quais serão os motivos que estariam provocando esta baixa utilização do mecanismo Bolsa por parte dos agentes envolvidos neste cenário?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

“Identificar e caracterizar os fatores explícitos e implícitos que inibem os agentes participantes deste setor a comercializarem a commodity arroz em casca na Bolsa Brasileira de Mercadorias, bem como recomendar aspectos que facilitariam estas negociações”.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Caracterizar os mecanismos de comercialização de commodities agrícolas;
- b) Caracterizar e analisar os mecanismos existentes na Bolsa de Mercadorias referentes à comercialização da cultura de arroz no Estado;
- c) Identificar e traçar o perfil dos agentes participantes dos processos de comercialização na Bolsa Brasileira de Mercadorias, bem como nos meios tradicionais de comercialização deste produto;
- d) Identificar os fatores que levam estes agentes a comercializarem ou não comercializarem a commodity arroz em casca na Bolsa Brasileira de Mercadorias.

1.4 JUSTIFICATIVA

O arroz é o cereal mais cultivado e consumido do mundo. O grão é um dos alimentos mais antigos que se tem notícia, e sua chegada ao Brasil ocorreu com a

chegada dos portugueses. Porém em nenhum outro Estado a cultura se perpetuou tão bem, e assumiu tanta importância como no Rio Grande do Sul. Tal importância começa a surgir no início do século XX, mais precisamente em 1904. Enquanto o cereal era produzido basicamente para a subsistência (alimentação de empregados) em outros Estados, no ano citado surgiu a primeira lavoura empresarial no município de Pelotas. A lavoura capitalista é uma característica do Rio Grande do Sul, basicamente devido a qualidade de suas terras baixas, propícias para o plantio do grão.

Com o desenvolvimento das técnicas de plantio irrigado, a lavoura arrozeira constituiu-se em uma atividade propulsora da economia gaúcha. Tal técnica permitiu aos produtores um ganho incrível de produtividade e qualidade, tornando o produto gaúcho praticamente imbatível no mercado nacional.

A cadeia produtiva de arroz no Estado se caracteriza como um setor dinâmico, pois possui elevada produção, gera empregos diretamente e indiretamente, gera divisas para o Estado, e se constitui em um mercado potencial para produtos industriais (PORTO JÚNIOR,1995). Considerando-se apenas a metade sul do Estado, então o setor configura-se no maior gerador de empregos, e carro chefe da economia.

Atualmente, a cadeia produtiva de arroz é um dos principais setores da economia gaúcha. O arroz produzido no Estado é superior as necessidades da população, sendo então os grandes estoques excedentes exportados. Segundo dados da coordenação e planejamento do Rio Grande do Sul, somente a orizicultura é responsável em média por 2,5% do Produto Interno Bruto (PIB) do Estado. Este número sobe significativamente se incluirmos os outros agentes desta cadeia (LUDWIG, 2004).

Contudo, mesmo com esta clara importância, os agentes ligados ao setor

passaram anos se preocupando com questões relacionadas ao aumento da produção, impulsionados por subsídios governamentais, e deixaram de lado questões ligadas a competitividade. Houve uma certa “miopia” do setor ao não preocupar-se com a profissionalização de todos os seus segmentos, imaginando ser o arroz gaúcho imbatível pelos concorrentes.

Atualmente, o quadro que se desenhou aponta vulnerabilidade desta cadeia frente a possíveis novos concorrentes. A estrutura montada para o arroz gaúcho despende grande montante de capital, tornando o custo de produção alto. Paralelamente, regiões como o centro-oeste desenvolveram variedades de arroz com características e produtividade semelhantes ao arroz gaúcho, porém plantados em terrenos não inundados. O resultado é um custo de produção muito inferior. Devemos acrescentar a esta análise as implicações advindas do MERCOSUL. Em países como Uruguai e Argentina a produção primária ainda recebe fortes subsídios de seu Governo. Logo, existe muito produto estrangeiro adentrando nossas fronteiras com um custo menor. Dada a localização geográfica muito próxima, o mercado de arroz gaúcho, e conseqüentemente o brasileiro, acaba por se desregular. Com freqüência observa-se no Rio Grande do Sul produtores vendendo suas safras a preços insuficientes para cobrir seus custos operacionais.

Ligando os fatores acima citados ao perfil endividado do produtor gaúcho, o panorama que se desenha não parece ser favorável. Porém dado à importância do setor para a economia e para a sociedade, e o conhecimento do produtor gaúcho a respeito do produto, fica evidente e necessário a busca de mecanismos que tornem a atividade competitiva.

Dados do Anuário Brasileiro do Arroz (2000) colocam o cereal como um produto de grandes expectativas quanto a aumento de consumo, pois o mesmo é o produto que apresenta o maior potencial para combater a fome no mundo, já que é

considerado um dos mais bem balanceados nutricionalmente. Quanto às perspectivas futuras para o consumo de arroz, e conseqüentemente, as perspectivas para o setor arrozeiro como um todo, tomamos como base dados do IRRI (International Rice Research Institute). O IRRI estima que as necessidades futuras de arroz no mundo para o ano de 2025 será de 400 milhões de toneladas adicionais, havendo um incremento de 70% sobre a produção atual. O consumo atual de arroz no Brasil está em 59Kg per capita/ano (produto em casca). Este consumo aumentou mais de 100% em vinte anos (LEMOS, 1998).

Dado este evidente aumento de consumo que está ocorrendo, e aliado ao fato de que para o plantio do cereal é necessário terra e água, conclui-se que África, Europa e Ásia não terão condições de suprir o excedente de produto necessário. Surge para o Brasil, e especificamente para o Rio Grande do Sul, perspectivas excelentes. Isto demonstra que qualificando e estruturando a cadeia produtiva de arroz no Estado, e por conseqüência tornando-a mais competitiva, pode-se vislumbrar um futuro promissor.

A fim de alcançar esta competitividade, o setor arrozeiro gaúcho deve concentrar esforços em seus pontos fracos. Sabe-se que o produtor em geral possui conhecimento das modernas técnicas utilizadas para a sua atividade produtiva. É evidente que o produtor de arroz gaúcho sabe o que fazer “dentro da porteira”: produção eficiente, planejamento e controle de custos. Porém faz-se necessário a descoberta e aprendizado de modernos mecanismos de comercialização e financiamento da atividade. O produtor que busca alcançar a competitividade deve usar mecanismos de comercialização semelhantes aos disponíveis aos produtores de outros países, pois estes estarão concorrendo juntos.

Até um passado recente o Governo costumava passar fartos recursos financeiros para que os agricultores pudessem permanecer na atividade. Arraijou-se entre os produtores uma cultura falsa de que existe época para plantar e época para vender. A perpetuação deste pensamento está contribuindo para a ineficiência geral do sistema.

A mudança gradual ocorrida, na qual diminuíram-se os recursos do tesouro nacional para o segmento agrícola, fez com que o mercado buscasse formas alternativas de financiar e comercializar sua produção. Além disso, criou-se mecanismos garantidores de preços para as commodities agrícolas. Antes as fontes de financiamento partiam de órgãos públicos. Agora, seguindo uma tendência mundial, existem importantes formas de financiamento e comercialização para o setor primário em entidades privadas.

Entre os órgãos privados que exercem estas funções encontramos a Bolsa Brasileira de Mercadorias.

Em capítulos posteriores, há a possibilidade de vislumbrar com maior clareza a cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul, bem como os mecanismos de comercialização existentes na Bolsa Brasileira de Mercadorias.

1.5 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O presente trabalho foi organizado, além desta seção introdutória, em mais cinco capítulos.

O segundo capítulo aborda aspectos pertinentes a fundamentação teórica para a realização deste estudo. São discutidos tópicos acerca de Comercialização de Commodities Agrícolas, Economia dos Custos de Transação, Cadeia de Produção, e Comportamento dos Agentes.

O terceiro capítulo apresenta os agentes participantes da cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul, com ênfase na caracterização dos agentes envolvidos na comercialização da commodity analisada.

No quarto capítulo evidencia-se métodos e procedimentos escolhidos para a execução da pesquisa, bem como a razão de escolha dos instrumentos de pesquisa e análise de dados.

No quinto capítulo são apresentados e discutidos os resultados encontrados na pesquisa exploratória. Com base nos dados coletados, apresenta-se um perfil dos agentes da cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul, e os resultados obtidos em vista dos objetivos propostos para este estudo.

Por fim, na sexta e última seção, apresenta-se às considerações finais, conclusões do autor, bem como limitações e sugestões para novos estudos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A nova ordem econômica mundial, a qual coloca em um mesmo horizonte de concorrência competidores alocados nas mais diversas localidades do planeta, não permite ao gestor de um negócio lentidão frente às transformações. A luta pela competitividade torna-se cada vez mais acirrada, e com as atividades relacionadas ao campo não poderia ser diferente. Sendo assim, os agentes envolvidos na cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul possuem concorrentes reais em diversos pontos do planeta, tais como Tailândia, Vietnã, Estados Unidos, Uruguai, Argentina; assim como concorrentes internos, tais como Mato Grosso e Goiás.

Entre os aspectos que hoje limitam a eficiência da cadeia produtiva em questão observa-se a necessidade de uma mudança de paradigma, que consistirá-se em uma nova forma de comercializar a produção de arroz, e conseqüentemente, financiar a atividade produtiva.

Com o objetivo de amparar a pesquisa exploratória, este estudo apresentará um referencial acerca de temas correlacionados a situação problemática estudada.

Em um primeiro momento o estudo apresenta informações conceituais acerca da comercialização de commodities agrícolas, com um amparo da Economia dos Custos de Transação na formação do contexto.

Após, a fim de preencher uma lacuna existente no que diz respeito a integração dos agentes citados, apresenta-se base conceitual sobre cadeias produtivas agroindustriais.

De forma superficial, mas necessária ao entendimento do fenômeno, a sessão aborda uma questão pertinente ao objetivo do presente estudo: fatores comportamentais dos agentes frente às mudanças.

Por fim, apresenta-se uma breve sessão justificando a utilização das abordagens acima mencionadas, e a contribuição das mesmas para o objetivo final.

2.1 COMERCIALIZAÇÃO

Ao focar a questão problemática deste estudo, deve-se percorrer os caminhos que elucidam o que é comercialização, bem como avaliar as minúcias existentes na comercialização do arroz em casca. Este capítulo aborda referencial teórico sobre o assunto, bem como sugere a utilização da Bolsa de Mercadorias para efetivação de negócios por parte dos agentes participante desta cadeia.

Em uma primeira análise, toma-se o conceito de comercialização transcrito no Novíssimo Dicionário de Economia, de Paulo Sandroni:

Processo intermediário entre o produtor e o consumidor. Consiste em colocar os bens e serviços produzidos à disposição do consumidor, na forma, tempo e local em que ele esteja disposto a adquiri-los[...] a comercialização deve adequar-se às características do produto e ao mercado que ele se destina.

A comercialização não pode ser entendida como a simples venda de determinado produto. Esta ótica funciona apenas quando o horizonte de análise é a porta da empresa (BATALHA; GEPAL,1997). E definitivamente este não é o caso quando estamos analisando toda a cadeia produtiva. É necessário estender o

conceito de comercialização de forma a incorporar a transmissão do produto pelos vários estágios produtivos.

A verdade é que agroindústrias e produtores passam a perceber que de nada adianta possuir excelência produtiva, se não utilizar ferramentas adequadas para comercializar seu produto. Sem esta percepção, muitas vezes o lucro derivado da atividade produtiva se transforma em prejuízo.

A competitividade global de uma empresa depende profundamente de sua eficiência em comercializar seus insumos e produtos (BATALHA; GEPAL, 1997).

A comercialização é ponto vital para o sucesso de qualquer atividade econômica. E no caso específico do agronegócio, cabe acrescentar ao cenário algumas particularidades.

Em seus aspectos gerais, os produtos oriundos do segmento são de alta necessidade para a população, e possui preços relativamente baixos. Estes fatores garantem que praticamente não existam oscilações na quantidade consumida. Como resultado, percebe-se um consumo estável, sem sazonalidades, o ano todo.

Se quanto à demanda o mercado observado é estável, por outro lado, o segmento apresenta uma oferta instável. Entre os argumentos que apontam para a causa desta instabilidade, GEPAL (1997) aponta:

- a) Natureza Biológica da Produção Agrícola: os produtos agroindustriais estão vinculados a atividades primárias. Por sua vez, estas atividades estão vinculadas a fatores relacionados à natureza. Entre estes fatores estão as condições climáticas, e o período necessário para maturação dos investimentos (lead time vinculado a natureza). Correlacionando a cadeia foco de estudo, o arroz pode oferecer em determinado período uma escassez de oferta devido a chuvas intensas no período de colheita, ou quebras oriundas de determinadas pragas.

- b) Sazonalidade: Devido a natureza biológica da produção, há períodos de maior e menor oferta. Em períodos de safra a oferta tende a aumentar. No caso específico do arroz, os meses de fevereiro, março e abril são os que oferecem os maiores volumes de arroz em casca no mercado, dado que é o período em que os produtores estão realizando a colheita.

O objetivo dos agentes envolvidos em comercialização de produtos agroindustriais é, justamente, adequar uma demanda estável com uma oferta sazonal.

2.1.1 Comercialização de Commodities

Verificado as especificidades existentes nas transações de produtos agroindustriais, o estudo parte para um direcionamento rumo ao objeto foco da análise: transações de arroz em casca.

Sendo o arroz em casca uma commodity, cabe aqui uma análise teórica sobre o tema, e peculiaridades de sua comercialização.

Para tanto, parte-se da definição do termo *commodity*. Utiliza-se aqui o conceito de commodity transcrito no Novíssimo Dicionário de Economia, de Paulo Sandroni: “O termo significa literalmente mercadoria em inglês. Nas relações comerciais internacionais, o termo designa um tipo particular de mercadoria em estado bruto ou produto primário de importância comercial”.

Entretanto, nem todas as mercadorias podem ser consideradas commodities. Segundo Batalha e GEPAL (1997), para ser considerada uma commodity, a mercadoria deve atender ao menos três requisitos:

- a) Padronização em um contexto de comercialização internacional;
- b) Possibilidade de entrega nas datas acordadas entre comprador e vendedor;

c) Possibilidade de armazenagem ou venda em unidades padronizadas.

No que refere-se as transações, existem basicamente 2 tipos de transações para commodities: mercado spot e mercado futuro.

Mercado *Spot* é o tipo de mercado em que as transações se resolvem em um único instante de tempo. É o tipo de transação mais comum.

O mercado spot é extremamente esporádico. Mesmo que a compra se repita, não há obrigação de compra futura (BATALHA; GEPAL,1997). Dado a característica temporal deste mercado, ele carrega junto uma alta dose de incerteza quanto ao comportamento dos preços.

Analisando de forma isolada, observa-se que o mercado spot não se mostra um mecanismo adequado quando é necessário estabilidade de preços e de fornecimento.

Mercado Futuro, ao contrário do mercado spot, em que as transações se consumam em um instante de tempo, as referências possuem dois ou mais instantes no tempo. São contratos em que as partes acordam que alguns ou todos elementos da transação podem ocorrer no futuro. Desta forma, comprador e vendedor podem detalhar um contrato especificando a mercadoria, a data de entrega, o local, meio de transporte, meio de pagamento, e qualquer outro elemento que ambas as partes desejem incorporar ao contrato (BATALHA; GEPAL,1997).

Relacionado a este mercado, encontra-se o mercado de opções. Neste tipo de transação, negociam-se os direitos de um determinado contrato de futuros.

2.2 ECONOMIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO (ECT)

No âmbito do trabalho realizado, busca-se apoio referencial teórico a respeito das formas de estruturação, maneiras com que são realizadas as trocas, e

comportamento do mercado e seus respectivos agentes, especificamente, no mercado da transação de commodity arroz em casca no Estado do Rio Grande do Sul. Sendo assim, o estudo estará baseado na economia dos custos de transação (ECT), analisada abaixo.

A economia dos custos de transação (ECT) pretende explicar as diferentes formas organizacionais prevalentes no mercado. A ECT trabalha em um ambiente de racionalidade limitada (WILLIAMSON, 1996), caracterizado pela incerteza e informação imperfeita. Dessas duas características decorrem os custos de transação, cuja minimização vai explicar os diferentes arranjos contratuais que cumprem a finalidade de coordenar as transações econômicas de maneira eficiente.

Dessa forma, no contexto mencionado pela economia dos custos de transação, a organização dos mercados resulta da minimização dos custos de transação, que variam de acordo com os atributos das mesmas: complexidade e incerteza quanto aos resultados; especificidade dos ativos envolvidos; frequência e duração das transações; dificuldade de mensuração do desempenho das instituições.

A Teoria dos Custos de transação está inserida no contexto da Nova Economia Institucional. A nova economia das instituições afirma que para entender o que uma empresa faz, deve-se entender primeiro porque ela existe e que forças governam a atividade econômica (COASE, R., 1937, apud ZYLBERSZTAJN, D. e NEVES, M. F., 2000). Esta abordagem considera que, uma vez atuando em um ambiente institucional carregado de incertezas, as empresas utilizam nas suas transações instrumentos de normalização, os contratos, que visam resguardá-las em caso de não cumprimento de termos ou de ganhos adquiridos na operação.

Segundo Farina e Azevedo (1997) os custos de transação acontecem em dois momentos. Os custos *ex-ante* de esboçar, negociar e estabelecer um contrato

e, principalmente, os custos *ex-post*, que são decorrentes de problemas imprevistos, quando os termos de um contrato não são cumpridos adequadamente devido a atrasos, erros ou omissões. Pode-se incluir também os custos incorridos por má fé de um de um dos signatários na execução do acordo.

O propósito fundamental da empresa é economizar os custos de transação. Este é um componente que pode influenciá-la na determinação da sua configuração. Ela pode manter suas operações horizontalizadas, e correr o risco de incorrer freqüentemente em novos custos de transação, ou tem a opção de integrar-se a seus fornecedores/clientes, adotando formas de operação mais racionais, seguras e econômicas (WILLIAMSON , 1996).

Estão incluídos nos custos de transação todos os custos para mover o sistema econômico: custos para achar preços relevantes; custos de desenho, de estruturação, monitoramento, e garantia da implementação dos contratos.

Sendo assim, para seu completo entendimento, se faz necessário uma breve contextualização acerca das transações e características que a envolvem.

Transações são realizadas entre agentes econômicos, seja para trocar bens, seja para permutar serviços. A especialização e a troca são elementos que fundamentam o funcionamento do sistema econômico. Ao realizarem as trocas, os agentes engajam-se em transações, as quais distinguem-se por três características básicas:

- a) Freqüência: característica associada ao número de vezes que dois agentes realizam determinadas transações. Podem ocorrer uma única vez, ou se repetir dentro de uma periodicidade conhecida. Nas transações repetitivas pode haver o ensejo de criar-se reputação. A reputação impede que um dos agentes rompa algum contrato por comportamento oportunístico. A repetitividade da transação, gerando a reputação, acaba

por gerar um valor ao comportamento não oportunista dos agentes. Sendo assim, os custos de elaboração e manutenção de contratos diminuem, reduzindo os custos das transações.

- b) Incerteza: a incerteza é associada a fatos ou efeitos não previsíveis. É uma característica que pode levar ao rompimento de um contrato de forma não oportunística. A impossibilidade de previsão de choques que possam alterar as características do resultado da transação não permite que os agentes adaptem cláusulas contratuais que associem os impactos externos a distribuição dos resultados, pois os mesmos não são conhecidos *ex ante* (ZYLBERSZTAJN e NEVES, 2000).
- c) Especificidade dos Ativos: é a perda de valor dos ativos envolvidos em determinada transação, no caso desta não se concretizar. Alta especificidade de ativos significa que uma ou ambas partes envolvidas na transação perderão caso esta não se concretize, pois não há uso alternativo que mantenha o valor do ativo desenvolvido para determinada transação (WILLIANSO, 1996). Um exemplo para especificidade de ativos são os produtos agrícolas que devem ser produzidos afastados da planta de processamento. Os ativos podem apresentar diferentes categorias de especificidades, entre elas, especificidades de lugar, tempo, capital humano e ativo dedicados.

Ainda para compreender o fenômeno das transações, e por consequência, a teoria da Economia dos Custos de Transação, faz-se necessário analisarmos algumas características dos agentes envolvidos:

- a) Oportunismo: oportunismo implica no reconhecimento de que os agentes não apenas buscam o auto-interesse, mas poderá fazê-lo ferindo códigos de ética, rompendo contratos já firmados a fim de apropriar-se de rendas

associadas aquela transação. Contudo, ainda se identificam três razões para os indivíduos manterem os contratos: reputação, garantias legais firmadas nos contratos, e princípios éticos. Enfim, de acordo com a Economia de Custos de Transação, não se afirma que os agentes irão comportar-se oportunisticamente. Apenas não se ignora o fato de que em determinado momento o agente poderá agir desta forma.

- b) Racionalidade Limitada: segundo Willianson (1996), os agentes desejam ser racionais, mas só conseguem sê-lo parcialmente. A limitação surge da complexidade do ambiente que cerca as decisões dos agentes, fazendo com que os mesmos não atinjam a racionalidade plena. Caso houvesse racionalidade plena, não seria necessário a estruturação de sofisticadas formas de governança para os contratos.

Herbert Simon (1970), apresenta estudo a partir dos anos 60 inovando com a Teoria Clássica da Organização. O autor propõe contemplar a existência de novos elementos no processo decisório, onde a escolha de alternativas é permeada por um conjunto de ações e comportamentos que irão conduzir à opção mais satisfatória correspondente aos interesses do decisor, e não àquela que seja ótima para a organização. Os dados e informações que irão subsidiar a decisão sofrem diversas influências do ambiente interno e externo da organização.

March e Simon (1970) na obra Teoria das Organizações, apontam a observação do Programa da Organização como fundamental para perceber os aspectos comportamentais da instituição, de seus empregados e dos tomadores de decisão. É o programa da organização que determina como esta ordena e coordena suas estruturas, funções, hierarquia, os canais formais e informais de informação, contribuindo, desta forma, para o alcance de estabilidade no funcionamento das organizações. Os autores ressaltam a Rede de Comunicações como um dos

principais componentes do Programa responsável pelos "fluxos de informações que comunicam os estímulos e dados necessários à evocação e execução do programa." (MARCH; SIMON, 1970)

De acordo com March e Simon (1970), o homem racional faz escolhas ótimas em um ambiente detalhadamente especificado e definido. O processo decisório delinea-se da seguinte forma: quando o indivíduo precisa tomar uma decisão, já dispõe de um grupo de alternativas entre as quais fará sua escolha. Cada alternativa possui um conjunto de consequências que podem ser de três tipos: certeza, risco e incerteza. O indivíduo que vai decidir estabelece uma classificação das alternativas de acordo com as prováveis consequências em uma sequência preferencial. A alternativa escolhida é aquela que apresenta um conjunto de consequências de sua preferência. No caso da certeza, não há ambiguidade na escolha, nos casos de risco, será escolhida a alternativa de maior utilidade, e nos casos de incerteza, opta-se pela menos pior.

A racionalidade organizacional exerce um certo fascínio em uma perspectiva do senso comum, pois insinua a possibilidade de domínio de fatores não controláveis e eliminação de riscos e incertezas, se justificando como forma de diminuir os riscos no processo decisório. As organizações tal qual como propõe Simon (1970), são sistemas de comportamento cooperativo, onde se espera que os seus membros orientem seu comportamento de acordo com certos fins que são considerados como objetivos da organização.

March e Simon (1970) asseveram que a teoria clássica da administração assim como a teoria econômica clássica, deixam algumas lacunas na teoria da racionalidade por não levarem em conta aspectos subjetivos relativos à própria racionalidade. Para os mesmos, o ambiente organizacional e social em que se encontra o tomador de decisão determina quais as consequências que ele irá

antever e quais as que não preverá; quais as alternativas que vai considerar e quais as que vai ignorar. Numa teoria de organização, essas variáveis não podem ser tratadas como fatores independentes inexplicados, mas tem que ser determinadas e previstas pela teoria.

Desta forma, os autores propõe a Teoria da Escolha Racional que incorpora duas características fundamentais:

- a) a escolha sempre é feita em função de um modelo da situação real, restrito, aproximado e simplificado. Esse modelo representa a definição da situação, por parte da pessoa que faz a escolha;
- b) os elementos da definição da situação não são dados - isto é, não os tomamos por pressupostos de nossa teoria - mas constituem o produto de processos psicológicos e sociológicos que incluem as atividades da pessoa que faz a escolha e as de outros integrantes do ambiente.

A teoria aqui apresentada como suporte ao entendimento do comportamento mercadológico do setor arroseiro gaúcho propõem que os agentes podem definir como se tratará determinado tipo de contrato. A racionalidade limitada e os contratos incompletos tornam impossível a elaboração de contratos que contenham todas as possibilidades futuras. Aliado a isso, ainda há o fato de agentes comportarem-se oportunisticamente, e a possibilidade de existir especificidade nos ativos. Considera-se então que as formas de estrutura contratual devem considerar os riscos possíveis e definir pelo maior ou menor controle das transações.

O princípio básico que a teoria demonstra é de que as organizações buscarão o alinhamento entre as características das transações, e as características dos agentes, dentro de um ambiente institucional.

Sendo assim, Williamson (1996) propõem que a firma determinará se determinado contrato partirá do pressuposto de uma pura relação de mercado, se

preferirá uma forma mista contratual, ou se haverá a necessidade de uma integração vertical.

Zylbersztajn e Neves (2000) citam que em casos onde a especificidade dos ativos é baixa não há a necessidade de forte controle sobre a transação, onde esta deverá ocorrer livremente no mercado.

De forma sucinta, a análise poderá ser feita com base no quadro a seguir:

Quadro 1 - Análise de Contratos conforme ECT

Especificidade dos Ativos	Incerteza		
		Baixa	Média
Baixa	Mercado	Mercado	Mercado
Média	Contrato	Contrato ou Integração Vertical	Contrato ou Integração Vertical
Alta	Contrato	Contrato ou Integração Vertical	Integração Vertical

Fonte: ZYLBERSZTAJN, D. ; NEVES, M. F., 2000.

Trazendo a realidade foco deste estudo, percebe-se que a comoditie arroz possui baixa especificidade, e ainda, os agentes envolvidos neste tipo de transação podem apresentar comportamento oportunístico.

Reavaliando o mesmo quadro, tendo em vista o mercado de arroz em casca no Rio Grande do Sul, observa-se:

Quadro 2 - Análise de Contratos conforme ECT, enfocando Cenário Arroz RS

Especificidade dos Ativos	Incerteza			
		Baixa	Média	Alta
	Baixa	Mercado	Mercado	Mercado
	Média	Contrato	Contrato ou Integração Vertical	Contrato ou Integração Vertical
	Alta	Contrato	Contrato ou Integração Vertical	Integração Vertical

Fonte: criado pelo autor

Sendo assim sugere-se que, baseado na Economia dos Custos de Transação, a modalidade de transação via Bolsa de Mercadorias para o arroz em casca configura-se em ótima oportunidade de negócios para os agentes envolvidos neste mercado.

2.3 CADEIAS PRODUTIVAS AGROINDUSTRIAIS

Muitas são as definições para cadeias produtivas. De forma ampla, todos os agentes que colaboram na elaboração de um bem de consumo fazem parte da cadeia produtiva. Então esta cadeia começa no fabricante de insumos, passando por processos de transformação, distribuição, até alcançar o consumidor final.

Batalha e GEPAL (1997) optaram pela denominação cadeias produtivas ao analisar o agronegócio sob a ótica da ciência e tecnologia, e competitividade. Segundo os citados, esta cadeia incorpora todos os serviços de apoio, tais como pesquisa, assistência técnica, processamento, transporte, comercialização, bolsas, industrialização; chegando enfim ao consumidor final.

Não há como não citar o enfoque tradicional de cadeias, o qual as considera em três subsistemas:

- a) sub-sistema de produção: estuda a indústria de insumos e a produção agropastoril;
- b) sub-sistema de transformação: estuda a transformação industrial;
- c) sub-sistema de consumo: estuda as forças de mercado.

Para Morvan (1988), cadeia de produção é uma sucessão de operações de transformação dissociáveis, capazes de serem separadas e ligadas entre si por um encadeamento técnico. O autor define que cadeia de produção é um conjunto de relações comerciais e financeiras que estabelecem, entre todos estados de transformação, um fluxo de trocas entre fornecedores e clientes.

Ainda Morvan (1988) destaca cinco principais utilizações para os conceitos de cadeia produtiva:

- a) metodologia de divisão setorial do sistema produtivo;
- b) formulação e análise de políticas públicas e privadas;
- c) ferramenta de descrição técnico-econômica;
- d) metodologia de análise da estratégia das firmas;
- e) ferramenta de análise das inovações tecnológicas e apoio à tomada de decisão tecnológica.

Batalha e GEPAL (1997) define cadeia de produção agroindustrial como a soma de todas operações de produção, de logística, e de comercialização necessárias para que um produto passe de uma ou várias matérias-primas de base ao estado em que ele pode ser utilizado pelo consumidor final, seja este consumidor um particular ou uma organização. Esta definição permite que a cada produto que forma o campo concorrencial possa ser associada uma cadeia de produção que lhe é própria.

Em outro trabalho, os autores supra citados (BATALHA; SILVA, 2001) caracterizam a cadeia de produção agroindustrial através de uma divisão em três macro segmentos, variando a análise de acordo com o tipo e objetivo da análise. São eles:

- a) Comercialização: empresas em contato com o cliente final, viabilizando o consumo do produto final;
- b) Industrialização: empresas responsáveis pela transformação do insumo básico;
- c) Produção de Matérias Primas: fornecedores de insumos primários para as agroindústrias de processamento (atividade agropecuária).

Atualmente no meio acadêmico a ênfase está voltada para a possibilidade de intervenções ou ações gerenciais na cadeia. Para Farina e Azevedo (1997), a organização e competitividade da cadeia produtiva dependerá das características técnicas, do ambiente institucional e das estratégias competitivas. O papel do governo é o da provisão de bens públicos/coletivos e de instituições que melhorem a competitividade e das negociações de conflitos distributivos que podem afetar negativamente a competitividade. Para os autores citados, as organizações de interesse privado (uniões, associações) possuem papel importante, oferecendo soluções mais ou menos ineficientes para a provisão de bens coletivos necessários para competir.

Segundo Zylbersztajn e Neves (2000), a administração de uma cadeia deve visar a integração dos processos comerciais, do consumidor final através dos fornecedores originais, que fornecem produtos, serviços e informação, aos clientes.

De maneira generalizada, a noção mais divulgada de cadeia produtiva agroindustrial se apresenta da seguinte forma:

- a) Antes da porteira: são os suprimentos à produção. Ex: fábrica de fertilizantes, corretivos, defensivos, rações, remédios, sementes, etc.

- b) Dentro da porteira: é a produção agropecuária. Ex: alimentos, grãos, carne, leite, borracha, fumo, etc.
- c) Pós-porteira: processos de armazenamento e acondicionamento.
- d) Transformação: alimentos processados, bebidas, cigarros, celulose, atividades das agroindústrias.
- e) Distribuição: comércio nacional e internacional, atacado e varejo.

Concluindo, uma cadeia é definida pelo seu produto final. Segundo Batalha e GEPAI (1997), ao identificar-se este produto final basta encadear, de jusante a montante, as várias operações técnicas, comerciais e logísticas necessárias a sua produção. A análise de cadeias passa a ser uma ferramenta administrativa indispensável, pois ao estudá-las pode-se localizar peculiaridades que a torne diferenciada em relação às concorrentes.

2.3.1 Filière

A análise de filière surgiu no final da década de 60, no âmbito da escola industrial francesa. Embora desenvolvida para o estudo da problemática agroindustrial, a abordagem passou a ser utilizada quase que exclusivamente por economistas agrícolas e pesquisadores ligados aos setores agroindustriais (BATALHA; GEPAI, 1997).

Com o passar do tempo e a expansão deste conhecimento para o resto do mundo, a expressão francesa passou a chamar-se cadeia de produção em muitos meios. Basicamente, uma filière é definida como uma seqüência de mercados e atividades industriais e comerciais que, de montante à jusante, contribuem para que se cumpra sua finalidade funcional útil à economia. É um sistema industrial aberto que realiza trocas com seu ambiente (PEDROZO, 1999).

O conceito de filière se aplica à seqüência de atividades que transformam uma commodity em um produto pronto para o consumidor final.

Segundo Morvan (1988), filière é uma seqüência de operações que conduzem à produção de bens. Sua articulação é amplamente influenciada pela fronteira de possibilidades ditadas pela tecnologia e é definida pelas estratégias dos agentes que buscam a maximização de seus lucros. As relações entre os agentes são de interdependência ou complementariedade e são determinadas por forças hierárquicas. Em diferentes níveis de análise a cadeia é um sistema, mais ou menos capaz de assegurar sua própria transformação.

Na abordagem de filière pode-se descrever todo o processo organizacional, desde a produção até o consumidor. A abordagem permite acompanhar o fluxo de produtos e processos ao longo de toda a cadeia, com foco na matéria-prima, função, produto, etc (PEDROZO, 1999).

Cabe ressaltar a importância de analisar fluxos e encadeamentos por produtos. A filière analisa itinerários seguidos por um determinado produto dentro do sistema produção – transformação – distribuição.

O enfoque de filière analisa a dependência dentro do sistema como um resultado da estrutura de mercado ou de forças externas, tais como: ações governamentais ou de ações estratégicas das corporações associadas ao domínio de um nó estratégico da cadeia (ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

Sob uma ótica econômica, pode-se afirmar que a análise de filière não pertence a microeconomia e nem a macroeconomia. Devido a ênfase que é dada as relações entre os agentes, a abordagem é considerada “mesoeconômica”.

O estudo através de filière é extremamente abrangente. Ao concluir uma análise completa deste tipo, transita-se por diversas fases, todas apoiadas na análise de sistemas, abordagem da estrutura – conduta – desempenho da economia

industrial, e na teoria organizacional.

Do ponto de vista dos processos operatórios, são as seguintes as etapas principais na análise filiére:

- a) delimitação da filiére estudada;
- b) estudo da filiére como sistema fechado;
- c) abertura da filiére e estudo do ambiente econômico;
- d) estudo das organizações em função de sua estrutura interna;
- e) verificação das hipóteses;
- f) formulação de um diagnóstico.

Basicamente, há duas formas de ler uma filiére (PEDROZO, 1999):

Leitura econômica: seqüência de atores econômicos ligados de montante à jusante por relações comerciais e pela seqüência correspondente de mercados. Se faz necessário para uma análise estratégica.

Leitura técnica: seqüência de operações de produção, logística e troca que produz um fluxo de material aquém e além das fronteiras dos atores econômicos que lhe transformam de montante à jusante. Se faz necessário para uma abordagem operacional.

É importante salientar que ao estudar uma filiére, a mesma subdivide-se, estruturando-se da seguinte forma: filiére principal, filiéres auxiliares, e atividades terciárias.

Filiére principal: são os elos da cadeia diretamente ligados a produção do produto final desta. De maneira simples, Batalha subdivide a filiére principal em três macrosssegmentos: comercialização, industrialização e produção de matérias primas.

Filiéres auxiliares: são agentes tecnológicos, que suprem as necessidades da filiére principal. Em suma, auxiliam a filiére principal na produção do produto final. Exemplificando com o caso das cadeias agroindustriais, fariam parte das filiéres

auxiliares os fornecedores de sementes, de adubos, implementos agrícolas, embalagens de acondicionamento, etc.

Atividades terciárias: são organizações externas que participam indiretamente do processo. Exemplo: bancos de crédito, transportes, publicidade, etc.

A utilização do conceito de filière pode ser explicitada em cinco concepções (MORVAN, 1988):

- a) como um processo técnico;
- b) como estratégias de agentes econômicos;
- c) como base para definição de política industrial;
- d) como uma abordagem monográfica de uma “filière – produto”;
- e) como uma modalidade de mapeamento do sistema produtivo.

Concluindo, entre as principais utilizações para a abordagem filière, Batalha e GEPAI (1997) citam algumas:

- a) metodologia de divisão setorial do sistema produtivo;
- b) formulação e análise de políticas públicas e privadas;
- c) ferramenta de descrição técnico – econômica;
- d) metodologia de análise da estratégia das firmas;
- e) ferramenta de análise das inovações tecnológicas e apoio a tomada de decisão tecnológica.

2.4 FATORES COMPORTAMENTAIS

Ao observar a problemática deste estudo, observa-se que os agentes da referida cadeia produtiva encontram-se em um momento de evidente e necessária mudança. Desta forma, e tendo em vista aspectos mencionados acerca da importância da mudança sugerida, inevitavelmente conclui-se que existe a

necessidade de avaliarmos fatores comportamentais.

Sabe-se que o homem oferece naturalmente uma resistência a mudança. Tofler (1973) considera que o ser humano não está preparado nem física, nem psicologicamente para absorver os efeitos de mudanças rápidas, que são características do atual momento.

O atual cenário econômico em que as transações ocorrem é caracterizado por velocidade das mudanças. A mudança sempre traz o medo do desconhecido, da instabilidade, do risco e, quanto maior a incerteza, mais ameaçadora torna-se a mudança (PEREIRA, 1988).

Segundo Motta (1998), mudar é adaptar ou redirecionar a organização em função de futuros alternativos de possível visualização ou previsão do ambiente em que está inserida, ou seja, adaptar a empresa aos caminhos viáveis permitidos pela evolução natural do ambiente.

O processo de mudança se tornaria menos preocupante para as organizações se o ambiente de negócios fosse mais estável (KOTLER, 1997). Entretanto o que se observa é uma intensificação no ritmo com que os processos de mudanças ocorrem, e a velocidade de adaptação a estas transformações mensura o sucesso das empresas.

Com os agentes envolvidos no agronegócio, e por seguinte, com os agentes envolvidos na comercialização de arroz em casca no Rio Grande do Sul, o cenário não é diferente. Segundo Binotto (2000), a solução mais racional passa por aprender mais sobre o que gera um processo de mudança bem sucedido, e passar este conhecimento para grupos de pessoas cada vez maiores.

Cabe ressaltar ainda que somente adaptação ao novo ambiente não é suficiente. Quem se adapta às mudanças apenas sobrevive (ADIZES, 1998). É preciso possuir capacidade de realizar previsões quanto às inovações e agir

rapidamente com a integração de todos os responsáveis (BINOTTO, 2000).

Enfim, todas as escolhas dos gestores envolvem dilemas, riscos, e renúncias. A capacidade de abandonar o conhecido, o familiar, e aventurar-se por novos caminhos, antes de significar a conquista de novos espaços e sentido para a própria vida, significa risco de perdas e de interromper hábitos e formas de pensar (MOTTA, 1998).

Como observado na situação problemática levantada, o estudo aponta para uma necessidade de quebra de paradigma por parte de produtores e indústrias de arroz no Rio Grande do Sul no que diz respeito a comercialização de arroz. A fim de financiar sua própria atividade, com participação da iniciativa privada, novas formas de comercialização são oferecidas na Bolsa Brasileira de Mercadorias. Entretanto, ao que a situação sugere, há uma resistência por parte dos agentes envolvidos em efetivar esta mudança. Sendo assim, como forma a amparar a pesquisa realizada, aponta-se abaixo fatores comportamentais facilitadores e dificultadores na adoção de mudanças.

As posturas dos gestores que apontam para aspectos facilitadores na aceitação de mudanças podem apresentar-se sob diferentes formas. Entre elas, toma-se algumas posturas facilitadoras indicadas por Pereira e Fonseca (1997) e Binotto (2000):

- a) Participante: postura ativa do gestor, opções conscientes, assume riscos e conseqüências. Busca permanentemente conhecer as mudanças de mercado.
- b) Influenciadora: gestor que participa, influencia, e inspira a decisão dos outros. Passa seu conhecimento adiante.
- c) Promotora: gestor empreendedor, não apenas promove a mudança, mas operacionaliza e a transforma em ação.

- d) Proativa: antecipa-se as mudanças e toma decisões no presente moldando o futuro. Possui grande conhecimento do mercado.
- e) Adesão: aceitação passiva da mudança, limitada a sua necessidade de sobrevivência.
- f) Exploradora: avalia rapidamente as mudanças e seleciona as que apresentarão efetivo resultado no curto prazo.

No que refere-se aos aspectos dificultadores na aceitação de mudanças, cabe referenciar alguns autores.

A premissa básica é que os seres humanos são ensinados desde cedo a ter controle total das situações, principalmente em situações complexas. Estes ensinamentos são transformados em teoria de ação, e estas contem regras de planejamento e implementação das atitudes diárias. As teorias de ação são reforçadas pelas crenças sociais, em uma combinação que produz raciocínio e posturas defensivas. As posturas defensivas são formas de resistir às mudanças (BINOTTO, 2000).

Os seres humanos buscam o comando de suas ações, sentindo-se confortáveis apenas quando são capazes de produzir as conseqüências que desejam, detestando a sensação ou a situação de perda do controle (ARGYRIS, 1992).

Estas rotinas defensivas são maneiras de auto proteção, ou proteção a terceiros, devido à sensação de ameaça. Tais rotinas passam a ganhar vida própria e só podem ser alteradas pela própria pessoa. Somente ocorre a mudança quando a própria pessoa desenvolve o entendimento comum a respeito dos dilemas que a conduzem a tal conduta.

Ainda utilizando a teoria comportamental de Pereira e Fonseca (1997), com adaptação de Binotto (2000), algumas posturas dificultadoras na adoção de

mudanças podem ser identificadas:

- a) Ignorar a mudança: o agente adota a postura de fingir não ver a transformação para não haver o comprometimento com a mudança.
- b) Negar a mudança: suas resistências não permitem visualizar a mudança.
- c) Isolamento: considera desnecessária a mudança. Geralmente acompanhado de experiências e crenças do passado na condução da atividade.
- d) Boicote: resistência agressiva, sente-se incomodado e ignora a mudança.
- e) Resistência ativa: defende seus princípios e posições com rigor.
- f) Resistência passiva: não aceita a mudança, finge que nada ocorre no cenário, entretanto não permite que outros adotem tal mudança.
- g) Acomodação: o agente adota a postura do não envolvimento.

Segundo Motta (1998), grande parte das resistências às mudanças são originárias de percepções individuais sobre a novidade. Adaptando estudo de Motta (1998) e Binotto (2000) a realidade da cadeia produtiva de arroz no Rio Grande do Sul, observa-se entre as resistências mais comuns: receio do futuro, recusa do ônus de transição, e receio do passado.

Receio do futuro diz respeito ao desconhecimento do que está por vir. A resistência decorre da opção pelo que é conhecido e habitual.

Recusa do ônus de transição refere-se a necessidade de trilhar um caminho desconhecido para efetivação da mudança. Mesmo que tal mudança aponte para um futuro promissor, muitos atores deste cenário não mostram-se dispostos a pagar o preço do desconhecido.

Receio do passado afeta os agentes que já foram afetados negativamente por experiências passadas. Estas antigas frustrações criam bloqueios no presente no que se refere a adoção de uma mudança.

Adaptando o estudo comportamental de Pereira e Fonseca (1997) ao objeto do estudo, observa-se que nas transações de arroz em casca no Rio Grande do Sul a resistência à mudança está inserida dentro do cenário. O sucesso da adoção da nova estrutura de comercialização proposta passa necessariamente pela compreensão dos fatores comportamentais inerentes aos agentes.

2.5 REFERENCIAL TEÓRICO E SUAS INTER-RELAÇÕES

Como observa-se no referencial teórico, o presente trabalho busca apoio em uma revisão bibliográfica que ofereça subsídios no auxílio da compreensão do fenômeno levantado como problema da pesquisa, e posterior conclusão com base nos objetivos propostos. Sendo assim, opta-se por uma busca em conceituações acerca de comercialização de commodities, Economia dos Custos de Transação, Cadeias Produtivas Agroindustriais, e Fatores Comportamentais.

O estudo acerca de comercialização, e conseqüentemente comercialização de commodities, explica-se pela simples natureza do fenômeno estudado: a comercialização de arroz em casca no Rio Grande do Sul. Na continuidade da busca pela compreensão do fenômeno, e tomando conhecimento das particularidades envolvidas no segmento específico, opta-se pela utilização da Teoria da Economia dos Custos de Transação. Tal teoria permite sugerir que a utilização da Bolsa Brasileira de Mercadorias ofereceria vantagens aos agentes, uma vez que os mesmos atuam em um ambiente de racionalidade limitada, comportamento oportunístico, e baixa especificidade dos ativos envolvidos.

Com o objetivo de consolidar o acima exposto, bem como com a intenção de buscar subsídios para uma correta avaliação do segmento selecionado, opta-se pela utilização de conceitos acerca de cadeias produtivas agroindustriais, e

conseqüentemente o trabalho busca apoio no modelo de análise *fillière*. Tal modelo possibilita a oportunidade de visualizar os agentes envolvidos na cadeia, suas inter-relações, e assim permite uma melhor visualização dos agentes interessantes para o estudo, ou seja, aqueles que possuem envolvimento com a transação da commodity arroz em casca.

Por fim, com o objetivo de oferecer subsídios para a posterior análise dos dados e discussão de resultados, opta-se pela busca de teoria comportamental. O modelo escolhido contempla as necessidades do estudo, e oferece informações pertinentes para a execução do mesmo.

3 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O Objetivo do presente trabalho – identificar e caracterizar os fatores implícitos e explícitos que conduzem os agentes participantes do setor arrozeiro gaúcho a comercializarem ou não a commodity arroz em casca na Bolsa Brasileira de Mercadorias – implica na adoção de uma linha de pesquisa de caráter exploratório. Isto é justificável pelo fato de ainda não haver estudos relevantes sobre o tema em pauta. Justifica-se ainda através de Boyd et al. (1989), que identifica como elementos característicos em pesquisas exploratórias a necessidade de coleta de dados primários e secundários.

Segundo Mattar (1996), a pesquisa exploratória visa prover o pesquisador de maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva. Por isso, é apropriada para os primeiros estágios de investigação quando a familiaridade, o conhecimento, e a compreensão do fenômeno por parte do pesquisador são, geralmente, pouco ou inexistentes.

Mattar (1996) cita inúmeros objetivos aos quais a pesquisa exploratória é indicada. Entretanto, um deles enquadra-se perfeitamente no trabalho proposto: “a pesquisa exploratória pode ser usada para auxiliar na determinação de variáveis

relevantes a serem consideradas num problema de pesquisa”.

Trazendo a tona a situação problemática do estudo, em síntese observa-se um baixo volume de negócios ocorridos na Bolsa Brasileira de Mercadorias referente a commodity arroz em casca. Com a utilização da pesquisa exploratória buscou-se entender as variáveis que interagem ocasionando o fenômeno.

De tal forma, aplicou-se uma pesquisa nos agentes envolvidos na comercialização de arroz em casca no Rio Grande do Sul, com o objetivo de identificar possíveis fatores que relacionam-se como entraves aos negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias, assim como também identificar possíveis fatores facilitadores, ou encorajadores, a realização destas transações.

3.2 INSTRUMENTO DE COLETA

Nesta importante etapa do trabalho, todo processo de construção do instrumento desenvolveu-se levando em conta:

- a) Objetivos: o que se quer saber;
- b) População Alvo: a quem será destinado o instrumento de coleta;
- c) Método: método adequado para receber o melhor retorno possível do agente foco dos questionamentos.

Cabe ressaltar que o instrumento de coleta de dados abaixo evidenciado possui a intenção de coletar as informações necessárias para atingir os objetivos específicos do trabalho junto aos agentes. Configura-se claramente em uma coleta de dados em fontes primárias. Entretanto, de forma alguma abdicou-se de buscar informações em fontes secundárias. Os dados secundários, segundo Barbetta (1994), são aqueles em que não necessitamos ir até os elementos da população para obtê-los, porque eles já existem em alguma publicação. Sendo assim, atingir os

objetivos propostos neste trabalho foi um somatório de investigação em dados secundários, o instrumento de coleta de dados abaixo elucidado, e observação informal.

De acordo com os objetivos deste trabalho, optou-se pelo método da comunicação para obtenção dos dados. Mattar (1996) descreve o método da comunicação como um questionamento oral ou escrito dos respondentes, para obtenção do dado desejado, que será fornecido por declaração, oral ou escrita, do próprio.

Devido as diferentes características dos agentes a serem entrevistados, optamos por instrumentos de coleta de dados diferenciados, como evidencia-se abaixo de acordo com os agentes entrevistados:

Produtores e Agroindústrias:

Em sua grande parte o instrumento de coletas de dados adota a classificação de **estruturado não disfarçado**.

Como vantagem deste método observa-se a simplicidade para aplicação e a facilidade para a tabulação dos dados. Desta forma a aplicação pode ser efetuada de forma ágil e econômica, vindo ao encontro dos recursos humanos e econômicos disponíveis para a execução desta pesquisa.

Por outro lado, o instrumento possui a desvantagem da limitação da resposta obtida. Sendo assim, optou-se pela inclusão de duas últimas questões no questionário enquadradas no método **semi-estruturado não disfarçado** (medianamente estruturado). Desta forma, consegue-se suprir esta possível falha na busca de informações.

Reforçando o aqui proposto para esta etapa do trabalho, Barbeta (1994) aponta a pesquisa estruturada como a mais indicada em uma população que não sabemos ao certo o grau de alfabetização. E é justamente este cenário que observa-

se ao pesquisar os agentes agricultores e agroindústrias.

Por fim, para esta etapa optou-se pela elaboração de um questionário curto. Barbetta (1994) aponta que quanto maior o questionário, menor tende a ser o grau de confiabilidade e qualidade das respostas.

A elaboração do questionário a ser aplicado a produtores e agroindústrias seguiu criteriosamente todos os passos propostos por Barbetta (1994).

Sendo assim, seguiram-se os seguintes passos:

- a) Separar as características ou informações a serem levantadas: busca de informações (características) a serem levantadas nos objetivos específicos apresentados no trabalho.
- b) Realizar uma revisão bibliográfica a fim de mensurar corretamente algumas destas informações: realizadas pesquisas secundárias a fim de dar suporte teórico a elaboração das questões.
- c) Estabelecer a forma de mensuração das características a serem levantadas: para as variáveis quantitativas definiu-se às unidades de medidas equivalentes (toneladas, hectares, etc). Já para as variáveis qualitativas elaborou-se uma lista completa de alternativas.
- d) Elaborar uma ou mais perguntas para cada característica a ser observada.
- e) Verificar se a pergunta está suficientemente clara.
- f) Verificar se a forma da pergunta não está induzindo alguma resposta.

Tais esforços resultam em 2 questionários, aplicados nos produtores e agroindústrias. Estes instrumentos podem ser observados nos anexos deste trabalho.

Instituto Rio Grandense de Arroz (IRGA), Sindicato das Indústrias de Arroz RS (SINDARROZ), e Bolsa Brasileira de Mercadorias (BBM)

Para os agentes acima citados, adota-se o método **não estruturado não disfarçado** na construção do instrumento de coleta dos dados.

A abordagem não estruturada não disfarçada caracteriza-se por ter os propósitos do estudo claros aos respondentes, mas não há estruturação pré-definida das perguntas que serão feitas. Este método propicia enorme flexibilidade ao questionamento dos dados. Segundo Mattar (1996), as respostas são abertas e os respondentes possuem liberdade e são encorajados a expressar livremente suas percepções, crenças, valores, opiniões, experiências, comportamentos, e intenções.

Para utilização deste método, optou-se pela técnica da entrevista focalizada individual.

A entrevista focalizada individual é uma técnica com pouquíssima estruturação, realizada com um entrevistado de cada vez, com o objetivo de obter dados focalizados. Mesmo demandando uma quantidade maior de tempo para sua aplicação, optou-se por esta técnica por esta apresentar a possibilidade de um maior aprofundamento do tema e a associação direta dos dados com o respondente (MATTAR, 1996).

Após concluída a etapa de construção do instrumento de coleta de dados, fez-se necessário o teste deste instrumento. Para esta fase, aplicou-se o questionário em um agricultor e uma agroindústria. Procurou-se escolher elementos que representassem da melhor maneira possível a população a ser avaliada nas entrevistas.

3.3 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO-ALVO E AMOSTRA

Com o objetivo de garantir uma base científica no processo de identificação da população e coleta de amostra, o presente trabalho amparou-se na metodologia

proposta por Barbetta (1994), e Mattar (1996). Conforme tal metodologia, cinco são os passos a serem seguidos: definição da população, busca de dados referentes ao número total da população avaliada, decisão do tamanho da amostra, seleção de procedimento, e seleção física da amostra.

A população-alvo desta pesquisa define-se como sendo todos os agentes envolvidos diretamente nas transações comerciais da commodity arroz em casca no Estado do Rio Grande do Sul. Sendo assim, a população compreende os vendedores da commodity (produtores de arroz), e os compradores (agroindústrias).

Quanto aos dados referentes ao número total da população avaliada, em números absolutos, segundo o Instituto Rio Grandense do Arroz (IRGA), somente no Rio Grande do Sul existem quinze mil (15.000) produtores de arroz, e duzentos e oitenta e duas (282) agroindústrias beneficiadoras. Além do número total da população, o IRGA supriu o estudo com informações mais amplas. Desta forma pode se ter uma dimensão exata da representatividade de cada região do Estado quanto a produção e industrialização do arroz. Como o fato relevante para o trabalho é a quantidade de arroz comercializado, tomou-se como base para definição da população a quantidade produzida e beneficiada por região. Ver anexo.

Tendo os números absolutos da população-alvo mensurados, partiu-se para a definição da amostra. Conforme elucida Mattar (1996), devido à dificuldade de aplicação, pelo custo mais elevado, e pelo maior tempo necessário para aplicação, os tamanhos de amostras em entrevistas pessoais devem ser reduzidos. Visto a quantidade produzida, bem como a quantidade de arroz beneficiado em cada região, adotou-se o seguinte cenário:

a) Produtores:

Tabela 2 - Produção de arroz por região RS

Região	Produção Total (ton)
Campanha	1.000.584
Depressão Central	768.807
Fronteira Oeste	1.607.162
Litoral Sul	897.391
Planície Costeira Externa	506.006
Planície Costeira Interna	512.685

Fonte: Instituto RioGrandense do Arroz

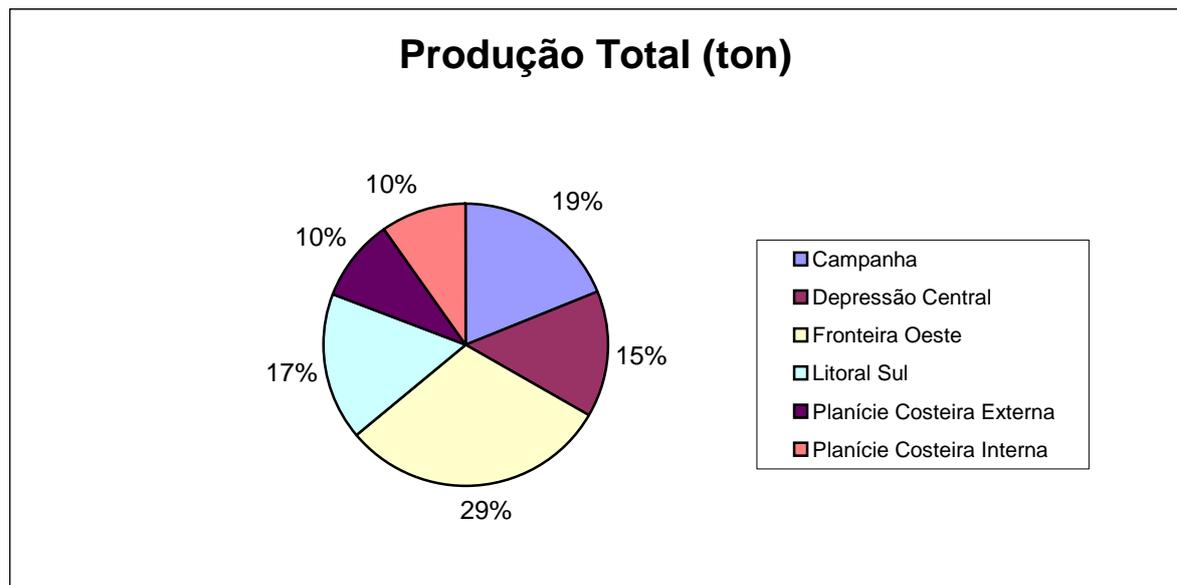


Figura 2 - Produção total arroz RS

Tabela 3 - Percentual de produção por região RS

Região	Percentual	Produtores Amostra
Fronteira Oeste	29%	10
Campanha	19%	7
Litoral Sul	17%	7
Depressão Central	15%	5
Planície Costeira Interna	10%	4
Planície Costeira Externa	10%	3

Fonte: Irga

b) Agroindústrias:

Tabela 4 - Beneficiamento total de arroz por região RS

Região	Beneficiamento Total (ton)
Campanha	503.316
Depressão Central	768.807
Fronteira Oeste	1.134.660
Litoral Sul	656.599
Planície Costeira Externa	152.129
Planície Costeira Interna	754.902

Fonte: Instituto Riograndense do Arroz

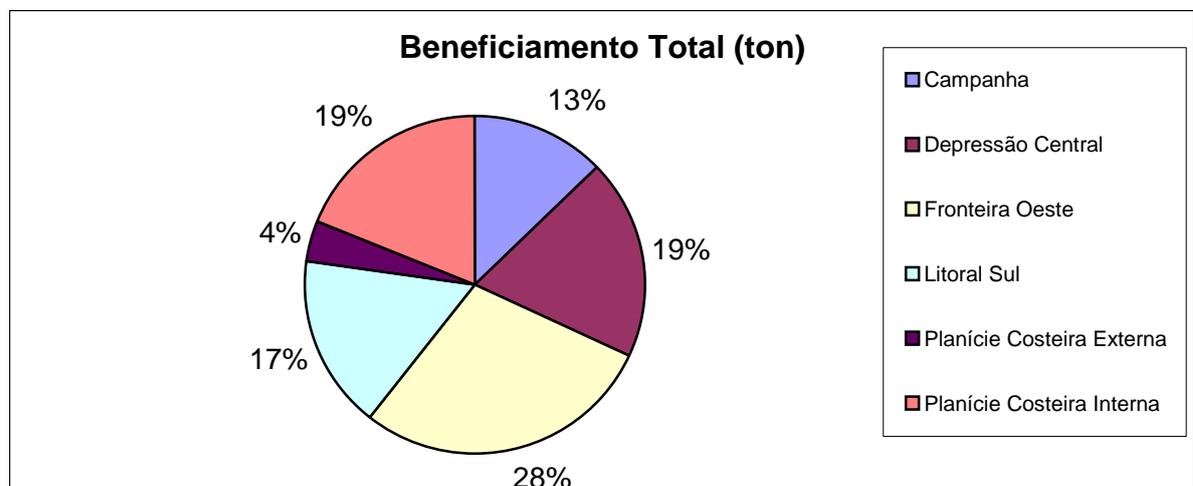


Figura 3 - Beneficiamento total arroz por região RS

Tabela 5 - Percentual de beneficiamento por região RS

Região	Percentual	Agroindústrias Amostra
Fronteira Oeste	28%	3
Depressão Central	19%	2
Planície Costeira Interna	19%	3
Litoral Sul	17%	2
Campanha	13%	1
Planície Costeira Externa	4%	1

Fonte: Irga

Desta forma, conforme amostra selecionada, a pesquisa abordou trinta e seis produtores rurais, sendo estes divididos conforme percentual de produção por região, e doze agroindústrias, conforme percentual de beneficiamento por região. Sendo assim o instrumento mostra-se abrangente, e como esperado em um processo deste tipo, representativo perante o montante total da população.

O procedimento específico para desenvolvimento da amostra foi o de amostra por julgamento. Conforme Mattar (1996), a suposição básica deste tipo de amostra é que, com um julgamento criterioso e uma estratégia adequada, podem ser escolhidos os casos a serem incluídos, e assim chegar a amostras que sejam condizentes com o pretendido pela pesquisa. Uma estratégia muito utilizada neste tipo de técnica, e reproduzida neste trabalho, é o de escolha de casos julgados como típicos para a população pesquisada. Além disso, este tipo de técnica permite um grau de acerto na pesquisa maior que o de uso de amostras convencionais. Sendo assim, cabe enfatizar que o presente estudo faz uso de uma amostra não probabilística, intencional e por conveniência.

Tendo passado as fases anteriores, com base nos dados regionais do Instituto Riograndense de Arroz buscou-se os produtores e agroindústrias de cada região que se enquadrassem no modelo proposto. Por fim, elaborou-se um roteiro

para locomoção e aplicação das pesquisas no tempo estipulado.

3.4 EXECUÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Para o presente trabalho, vislumbrando as características pertinentes a cada entrevistado, optou-se pela entrevista pessoal. Este tipo de pesquisa oferece a possibilidade do entrevistador colher dados não mensuráveis no questionário. Atua-se também com percepção. Além disso, há algumas vantagens neste método: versatilidade; maior controle da amostra; qualidade dos dados; alto índice de respostas (retorno).

Entretanto, no decorrer das entrevistas ocorreram casos onde o método da entrevista pessoal oferecia desvantagens. Foram os casos de entrevistas realizadas em localidades distantes, com poucas unidades amostrais. Para estes casos, o custo de uma entrevista pessoal, e o tempo despendido seria muito alto. Sendo assim, nestes casos específicos optou-se pela aplicação do questionário através de entrevistas por telefone. O método utilizado como opção oferece as vantagens de reduzir o custo, diminuir o tempo, além de manter um certo grau de aproximação pertinentes ao método da entrevista pessoal.

Em suma, de acordo com Binotto (2000), não basta contentar-se com o que é claramente dito, mas procurar compreender o que está nas entrelinhas. Sendo assim, o trabalho de análise das informações interpretou dados coletados, com embasamento teórico e visando o alcance do objetivo deste estudo.

4 CARACTERIZAÇÃO DOS AGENTES ENVOLVIDOS NA COMERCIALIZAÇÃO DE ARROZ EM CASCA NO RIO GRANDE DO SUL

No caso específico deste estudo, será utilizada a metodologia Filière para visualizar a cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do sul em seu todo; ou seja, uma visão sistêmica que possibilite visualizar todos os agentes participantes da cadeia e suas interrelações. Preliminarmente, entretanto, cabe uma breve contextualização acerca do arroz no Rio Grande do Sul. Subseqüente, de forma a apresentar as características gerais dos agentes envolvidos nas transações de arroz em casca no Estado, há uma apresentação detalhada dos principais agentes.

Por si só, o arroz já é um produto de relevante importância. Trata-se de um dos alimentos mais antigos utilizados pelo homem, sendo impossível determinar, com exatidão a época em que este começou a cultivá-lo. Na literatura chinesa de 3.000 a.C., menciona-se a cerimônia de semeadura do arroz, evento que somente o imperador tinha privilégio de presidir. Porém, isto não significa que o cultivo do arroz não seja anterior a esta época, nem que seja originário da China. Documentos de origem indiana, de 2.800 a.C. mencionam a importância do Arroz na vida social, religiosa e econômica e, apesar de não focarem diretamente, aspectos agrícolas revelam a existência de uma cultura antiga. Há evidências arqueológicas de sua existência há cerca de sete mil anos (ANUÁRIO BRASILEIRO DO ARROZ, 2000).

A planta de arroz cultivada com fins de alimentação humana denomina-se *Oryza Sativa* (AMATO; CARVALHO; SILVEIRA, 2002).

O arroz também é considerado um dos alimentos que apresenta maior potencial para combater a fome no mundo, já que é considerado um dos mais bem balanceados. Atualmente, 90% da produção mundial é consumida na Ásia, continente onde se localiza 58% da população mundial.

No Brasil, as notícias sobre o cultivo do arroz remontam ao início da colonização, em especial na capitania de São Vicente. Dado às características agrícolas, bem como hábito de consumo de nosso povo, o arroz firmou-se como o principal prato do brasileiro. O País atualmente é o nono produtor mundial, entretanto as necessidades de consumo ainda são maiores que a produção. Quanto ao consumo, o brasileiro se alimenta em média com 68 quilos de arroz por ano. Para compararmos, argentinos consomem 11 quilos anuais, e uruguaios 10 quilos de arroz por ano.

A seguir observa-se a composição de um grão de arroz.

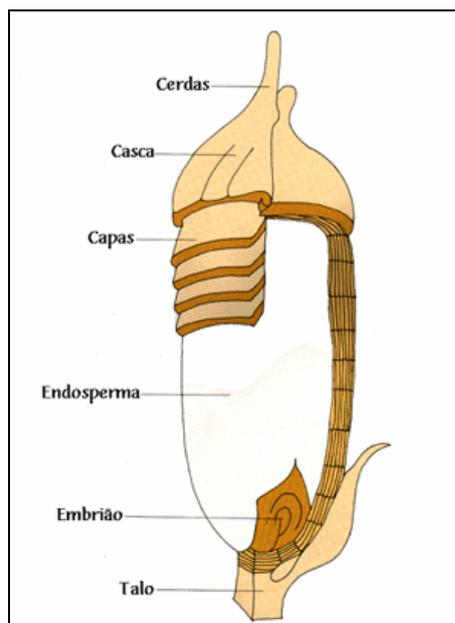


Figura 4 - Composição do grão de arroz

Fonte: IRGA

Além dos atributos já mencionados, o arroz ganha no Estado do Rio Grande do Sul uma relevante importância, uma vez que o mesmo passa a configurar-se em uma das principais atividades econômicas da região.

Tal importância começa a surgir no início do século XX, mais precisamente em 1904. Enquanto o cereal era produzido basicamente para a subsistência (alimentação de empregados) em outros Estados, no ano citado surgiu a primeira lavoura empresarial no município de Pelotas. A lavoura capitalista é uma característica do Rio Grande do Sul, basicamente devido à qualidade de suas terras baixas, propícias para o plantio do grão.

Com o desenvolvimento das técnicas de plantio irrigado, a lavoura arrozeira constituiu-se em uma atividade propulsora da economia gaúcha. Tal técnica permitiu aos produtores um ganho de produtividade e qualidade, tornando o produto gaúcho muito competitivo no mercado nacional.

Abaixo, podemos observar alguns números do segmento no Estado, e compreender melhor a importância do mesmo na economia local:

Quadro 3 - Agronegócio do arroz no RS

Área Plantada	1.043.623 Hectares
Nº Produtores	15.000
Municípios Produtores	133
Valor Médio Produção	R\$ 4,23 bilhões
Nº Agroindústrias	282
Empregos Gerados	250.000
ICMS Gerado	R\$ 441 milhões
Representatividade PIB/RS	3%

Fonte: Lavoura Arrozeira, n. 437

O arroz é produzido praticamente em todo Estado, principalmente na chamada metade sul. A exceção são as regiões montanhosas, inóspitas para o plantio de arroz irrigado (ver mapa). Entre estas regiões destacam-se algumas abaixo, com suas principais características:

- a) Fronteira Oeste: O clima e a topografia favorecem a antecipação da época de semeadura em relação às demais regiões orizícolas do estado. As barragens são as principais fontes de água para irrigação. A maioria das lavouras da região cultiva arroz nas encostas das Coxilhas com maiores custos de irrigação. São lavouras de médio e grande porte que utilizam um aceitável nível de tecnologia de manejo e maquinário. Lavouras com bom manejo atingem 7.500 kg/ha, sendo que nas áreas mais problemáticas a produtividade cai para 5.000 kg/ha. Entre os principais municípios produtores estão São Borja, Uruguaiana e Alegrete.
- b) Campanha: As lavouras utilizam os rios e barragens como principais fontes de água para irrigação. A produtividade média é de 5.100 kg/ha. Entre os principais municípios produtores estão São Gabriel, Bagé e Rosário do Sul.
- c) Depressão Central: É a região mais antiga no cultivo extensivo do arroz no RS, onde é evidente o maior problema da rizicultura gaúcha - a grande infestação de plantas invasoras, principalmente o arroz vermelho. As lavouras são de pequeno e médio porte, com uso intensivo dos solos, localizando-se predominantemente nas várzeas dos rios, sendo estes a principal fonte de água de irrigação. Os solos são de fertilidade média a baixa. A produtividade média é de 5.150 kg/ha. Lavouras com sistemas de cultivo alternativo ao convencional atingem produtividade superior a 6.500 kg/ha. Os principais municípios produtores são Cachoeira do Sul e Rio Pardo.

- d) Região Sul: Esta região se caracteriza pela grande disponibilidade de água para a irrigação, em função das lagoas aí existentes. Há, entretanto, necessidade de que a água seja conduzida a grandes distâncias, aumentando o custo da irrigação. Principalmente nessa região, ações de semeadura, colheita e outras práticas de cultivo necessitam ser realizadas em períodos curtos e bem definidos, tendo como consequência um maior investimento em máquinas e equipamentos. Entre os municípios produtores encontramos Pelotas, Santa Vitória do Palmar e Chuí.
- e) Costa Externa da Lagoa dos Patos: O sistema de semeadura pré-germinado está em franco desenvolvimento no estado, principalmente nesta região, que sofre acentuada influência da rizicultura catarinense e que apresenta altas infestações de arroz vermelho. Entre os principais municípios produtores encontramos Osório e Santo Antônio da Patrulha.
- f) Costa Interna da Lagoa dos Patos: Por ocasião de secas prolongadas pode ocorrer a salinização de parte da lagoa, que é a maior fonte de água para irrigação. Os solos são de fertilidade média. A região apresenta elevada infestação de arroz vermelho. As lavouras são de porte médio e pequeno, principalmente nas várzeas dos rios Taquari e Jacuí. A região cultiva anualmente cerca de 90 mil hectares e tem uma produtividade média próxima de 5 mil kg/ha. Entre os municípios produtores encontramos Tapes, Camaquã e Guaíba.



Figura 5 - Regiões produtoras de arroz no RS

Fonte: IRGA

É neste contexto que encontra-se a questão problemática do estudo. Como observado, em um setor de vital importância para o Estado, tanto econômica como social, entraves para a utilização de modernas ferramentas de comercialização e financiamento de safras são encontrados.

Já dimensionada a importância desta cadeia produtiva para o Rio Grande do Sul, tanto em aspectos econômicos como em aspectos sociais, e revisados as principais características da mesma; o presente estudo apresenta a seguir, utilizando a referida metodologia Filière, os principais agentes participantes deste segmento.

Desta forma, a cadeia produtiva de arroz no Rio Grande do Sul será analisada na seguinte maneira:

"FILIÈRE" AUXILIAR	"FILIÈRE" PRINCIPAL	ATIVIDADES TERCIÁRIAS
ADUBOS SEMENTES EQUIP. AGRÍCOLAS FERTILIZANTES DEFENSIVOS MAQ. AGRÍCOLAS EQUIP. SECAGEM EQUIP. BENEFICIAMENTO EMBALADORAS	AGRICULTURA (produção de arroz em casca)  AGROINDÚSTRIAS (engenhos beneficiadores)	BOLSA BRASILEIRA DE MERCADORIAS BANCOS PESQUISA ASSISTÊNCIA TÉCNICA TRANSPORTE COMUNICAÇÃO ENERGIA ARMAZENAMENTO
PLÁSTICO EMBALAGENS		PUBLICIDADE
EQUIPAMENTOS PARA ACONDICIONAMENTO OUTROS	DISTRIBUIDORES  CONSUMIDOR FINAL	SEGUROS GOVERNO OUTROS

Figura 6 - Filière da Cadeia Produtiva de Arroz no Rio Grande do Sul

Fonte: próprio autor

4.1 FILIÈRE PRINCIPAL

A *filière* principal é a “espinha dorsal”, o centro do esquema. Seus agentes guiam e coordenam as atividades da cadeia, fazendo o trajeto que percorre a transformação da matéria-prima, até a mesma chegar devidamente processada na mesa do consumidor.

Devido a sua importância, será analisado a seguir todos os componentes da *filière* principal.

4.1.1 Agricultura (produção arroz em casca)

A agricultura é o primeiro elo na geração de valor da cadeia. Este agente transforma os insumos recebidos em matéria-prima base para a agroindústria.

Segundo Zylbersztajn e Neves (2000), os agentes atuantes na geração de insumos para a agroindústria representam um dos elos mais conflituosos nos agronegócios. Estes produtores encontram-se distantes do mercado final, possuindo informações assimétricas, sendo dispersos geograficamente e bastante heterogêneos.

Além disso, há fatores característicos a estes agentes. Os produtores rurais são obrigados a lidar com fatores incontroláveis, tais como sazonalidade, preços dos produtos, e fatores climáticos.

A produção agrícola está sujeita a condições de extrema variabilidade. Existem no mínimo cinco fatores diferenciadores dos estabelecimentos agrícolas (PORTO JÚNIOR, 1995):

- a) Personalidade do agricultor;
- b) Preços de produtos e insumos;
- c) Disponibilidade de insumos;
- d) Mercado para os produtos;
- e) Condições de clima e solos.

Uma característica marcante, e infelizmente negativa, é a extrema desorganização deste agente quando comparado aos outros elos. Esta falta de organização acaba por gerar custos a toda cadeia.

Existem atualmente cerca de 15000 orizicultores no Estado, a maioria com áreas inferiores a 100 hectares. Um dado importante é que cerca de 75% dos produtores não possuem terra própria, ou seja, são arrendatários. A produtividade

média de arroz no Rio Grande do Sul encontra-se entre 5000Kg e 5500Kg por hectare (Secretaria da Coordenação e Planejamento do Rio Grande do Sul,1997).

Algo que não pode ser desconsiderado é o fato da descapitalização do setor gerada por sucessivos planos econômicos desde a década de 80, aliada a abertura de fronteiras, fazendo com que o arroz argentino e uruguaio entrasse no Estado com preços inferiores, desregulando o mercado.

De forma geral, encontram-se três grupos definidos de produtores no Rio Grande do Sul, com as seguintes características:

- a) Protegidos: Produtores que ficaram protegidos dos planos heterodoxos. São os produtores de menor porte, que por força de diferenciação de tratamento no crédito, juros menores e equivalência-produto, não foram atingidos pelos descasamentos dos índices de correção dos financiamentos e preços dos produtos. Estes permanecem no crédito oficial, com bons índices de produtividade, portanto competitivos, apesar de terem limitações de acesso à tecnologia de ganhos de escala.
- b) Capitalizados: Pequena gama de produtores. Geralmente, possuem uma outra atividade não-agrícola. Por estarem capitalizados, podem esperar por melhores condições de mercado para vender seu produto e adquirir seus insumos. Têm armazenagem própria e acesso à tecnologia de ponta.
- c) Endividados: Médios e grandes produtores, excluídos do processo de securitização, em litígio com o Banco do Brasil, totalmente alijados do crédito oficial. Apesar do grau de dificuldade financeira que passam, grande parte segue na atividade. É um contingente de produtores tradicionais, com vocação para a cultura do arroz, que permanecem na atividade e que, de certa forma, encontraram seu espaço. Buscam outras fontes de créditos, reduzindo áreas e alcançando ganhos de

produtividade, mesmo sem ter acesso à tecnologia de ponta. É a categoria mais fragilizada na comercialização do produto. Em geral contrai dívidas com prazo safra, necessitando vender grande parte de seu produto por ocasião da colheita.

Segundo o GEPAI (Grupo Estudos e Pesquisas Agroindustriais), entre algumas tendências para este elo da cadeia estão:

- a) Integração em cadeias produtivas;
- b) Profissionalização;
- c) Acesso facilitado à informação.

4.1.2 Agroindústrias (engenhos beneficiadores)

Tomando o conceito do dicionário de economia de Sandroni (1999), agroindústria são empresas industriais cujos produtos tem como base um produto agrícola. Sendo mais específico, empresas que atuam na transformação de alimentos são agroindústrias. Estas podem ser de primeira ou de segunda transformação. As de primeira transformação adicionam atributos ao produto sem transformá-lo. As de segunda transformam o produto de origem primária.

Esta fase da cadeia possui características muito especiais. Geralmente nesta fase que ocorre a maior parte de agregação de valor no produto, principalmente fazendo referência ao arroz.

Ao fazer uma análise regional constata-se que as agroindústrias beneficiadoras de arroz do Estado encontram-se relativamente organizadas. Mesmo possuindo um elevado número de estabelecimentos, apenas cinco empresas são responsáveis por 70% da produção.

A agroindústria está situada em um ponto delicadíssimo da cadeia. Em uma

ponta ela está ligada ao setor primário, ou seja, os agricultores. Como vimos, estes produtores são extremamente desarticulados e de grande fragilidade (dado o cenário atual da cadeia produtiva de arroz no Estado). Tratando-se o arroz de uma commodity, os preços para negociação geralmente são dados pelo mercado.

Por outro lado a agroindústria está ligada aos distribuidores. Estes distribuidores aumentam progressivamente suas exigências, tais como aumento de qualidade, entregas freqüentes (just in time), preço baixo, etc. A agroindústria situa-se entre dois agentes extremamente opostos no que se refere a organização e poder de barganha.

São tarefas das agroindústrias beneficiadoras de arroz: limpeza, secagem, separar o grão da casca, polimento, branqueamento, e a seleção de grãos. Tais produtos visam apenas melhorar o aspecto visual do produto, sem adicionar ao mesmo nenhum valor nutritivo. Ao contrário, o polimento de grãos reduz o valor alimentício.

A realidade que as agroindústrias vivem atualmente é a de busca contínua pela diferenciação dos produtos, ou seja, a “descommoditização” do arroz tradicional. A busca de novas alternativas faz com que cada vez mais aumente o ritmo de lançamento de novos produtos.

Buscando adequar-se a este novo cenário econômico, várias agroindústrias estão procurando agregar valor ao arroz tradicional. Entre as alternativas encontradas podemos facilmente encontrar nos supermercados os produtos pré-prontos, arroz temperado, arroz integral, arroz orgânico, parbolizado, entre muitos outros.

4.1.3 Distribuidores

A função de distribuir produtos em grandes centros passou a ser altamente

especializada. A função de um distribuidor é fazer com que certo produto, no nosso caso o arroz, chegue com maior facilidade, comodidade e melhor preço ao consumidor final.

A característica marcante deste macrosssegmento é o contato direto com os consumidores finais. Assim, há maior sensibilidade para perceber mudanças quanto a preferências, preços, demanda, etc.

Segundo dados da AGAS (Associação Gaúcha de Supermercados), mais de 90% da distribuição de produtos na região metropolitana de Porto Alegre concentra-se em três empresas. Este dado mostra uma tendência nacional: a oligopolização dos supermercados.

Esta concentração de mercado em poucos distribuidores contribui diretamente para um aumento incrível da força destes agentes. Abrangendo quase a totalidade dos consumidores, estes distribuidores possuem condições de exigirem o que julgarem necessário das agroindústrias. Analisando por outro lado, vemos um aumento do número de consumidores exigentes. Além de qualidade, estes clientes exigem conforto, segurança, preços baixos, etc. É tarefa dos distribuidores satisfazê-los.

Existem mais algumas tendências do setor que já estão se concretizando. Entre elas pode-se citar:

- a) Processo de internacionalização. Ex: Carrefour, Makro, Sonae.
- b) Tendência a marcas próprias.

Apenas como ilustração, cabe divulgar a forma com que o arroz produzido no Rio Grande do Sul é distribuído. Cabe lembrar que o Estado é o maior produtor deste grão no País, representando mais da metade da produção nacional.

Tabela 6 - Distribuição de Arroz por Região no Brasil

ESTADO	%
São Paulo	45
Rio de Janeiro	15
R. Grande do Sul	10
Nordeste	20
Demais Praças	10

Fonte: Stülp e Mattuela (1993)

4.1.4 Consumidor Final

O consumidor final é o foco de toda a cadeia. É para este indivíduo que está direcionado todo esforço, pois ele que de certa forma remunera a cadeia.

Segundo Zylbersztajn e Neves (2000), o produto final é adquirido pelo consumidor para satisfazer as suas necessidades alimentares, que variam de acordo com a renda, preferência, faixa-etária, e expectativa, entre outros aspectos. Cabe à cadeia direcionar esforços a fim de preencher todas estas exigências.

Situando a discussão ao tema central do trabalho, ou seja, a cadeia produtiva de arroz, não poderíamos deixar de citar dados a respeito do consumo do grão. Estudos afirmam que o consumo de arroz no Brasil é de 38KG per capita (arroz beneficiado). Estima-se que 88% das unidades familiares brasileiras consomem arroz. Se analisarmos apenas a área urbana este percentual sobe para 91%. Os gastos com este produto atingem em média cerca de 4,8% do orçamento da família brasileira (STÜLP; MATTUELA, 1993).

É importante salientar que, finalizando a cadeia produtiva, é este consumidor que remunera todos os valores que forma agregados ao longo desta.

4.2 FILIÈRE AUXILIAR

Os agentes da *filière* auxiliar participam efetivamente de maneira indireta do processo produtivo de transformação da matéria-prima em bens de consumo pela *filière* principal.

Na *filière* auxiliar encontram-se todos os agentes que fornecem os insumos necessários a realização da atividade principal.

Muitos pesquisadores consideram alguns agentes nela inseridos como iniciadores do processo de geração de valor. Este conceito apresenta-se certo se analisarmos que ao tratarmos semente, ou usar insumos de melhor qualidade agregamos valor ao nosso produto.

Na cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul estes agentes encontram-se relativamente bem organizados, podendo até mesmo atuar de forma oligopolística em algumas regiões.

Entre exemplos de agentes situados na *filière* auxiliar podemos citar: fornecedores de adubos, sementes, equipamentos agrícolas, fertilizantes, defensivos, tratores, equipamentos de secagem e beneficiamento, embalagens, etc.

4.3 ATIVIDADES TERCIÁRIAS

Os agentes incluídos neste segmento não participam efetivamente da transformação do produto. Contudo, são extremamente importantes, pois fornecem suporte necessário para a realização das mesmas.

Uma característica inerente a quase todos agentes deste segmento (raras exceções) é o fato dos mesmos não estarem ligados a apenas uma cadeia produtiva. Geralmente os mesmos participam de várias segmentos produtivos,

oferecendo seus serviços.

Segue abaixo alguns exemplos de agentes deste segmento, e sua respectiva forma de atuação:

- a) Bancos: oferecem crédito, capitalizam outro agente produtivo, viabilizando o processo;
- b) Governo: lança planos e políticas a fim de regular o mercado;
- c) Institutos de Pesquisa: pesquisam e desenvolvem novos produtos, repassando tecnologia para os demais agentes;
- d) Transportes: escoam a produção ao longo de toda cadeia.

Entre os agentes deste segmento encontra-se a Bolsa Brasileira de Mercadorias, que devido a fundamental importância para a execução deste estudo, será abordada em detalhes em subcapítulo seguinte.

4.3.1 Bolsa Brasileira de Mercadorias

A Bolsa Brasileira de Mercadorias é fruto de uma união de algumas Bolsas de Mercadorias de diversos Estados. No caso específico do Rio Grande do Sul, a instituição que participou para a fundação da Bolsa Brasileira de Mercadorias foi a Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul.

A Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul (BMRS) foi fundada em 16 de dezembro de 1981, e teve sua origem no casamento entre a Associação Comercial de Porto Alegre e a Bolsa de Valores do Extremo Sul. Seu nome inicial era Bolsa de Mercadorias de Porto Alegre, e iniciou suas atividades em 10 de maio de 1983.

Associação Civil, sem fins lucrativos, teve o início de suas atividades vinculados a necessidade primordial do setor agrícola de contar com instituição localizada no estado, que coordenasse e conduzisse os leilões de grãos,

basicamente de milho, os quais eram realizados fora do estado até então. A associação de interesses de produtores, lideranças do setor, apoiadas pelo Governo do Estado, via Secretaria da Agricultura, obtiveram concordância da CFP (Companhia de Financiamento da Produção), responsável pelos leilões, para realização dos mesmos também em Porto Alegre RS. A imediata adesão da Associação Comercial de Porto Alegre e da Bolsa de Valores do Extremo Sul, possibilitou o início das operações.

Sua criação levou em conta que um dos indicadores que mede o nível de desenvolvimento de um País é o da sua economia agrícola. E, para que esta seja forte e segura, deve dispor necessariamente de um sistema de produção, comercialização e distribuição organizado, que inclua bolsas de mercadorias, como já ocorre em países desenvolvidos.

No ano de 2002 a BMRS passa por uma grande transição. Juntamente com as bolsas de mercadorias de Goiás, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, e Uberlândia; e lideradas pela Bolsa de Mercadorias & Futuros, os representantes das bolsas firmaram ata de assembléia de constituição e aprovaram os estatutos da nova bolsa. Em 22 de outubro de 2002 a Bolsa Brasileira de Mercadorias começa a atuar, buscando a implantação de um sistema organizado de comercialização que viabilize as condições necessárias a formação de preços, bem como a participação da iniciativa privada no financiamento da produção agropecuária.



Figura 7 - Logotipo Bolsa Brasileira de Mercadorias

No Rio Grande do Sul, está sediada em prédio no centro da capital. A BBM/RS negocia com as seguintes mercadorias: arroz, milho, feijão, soja, sorgo, trigo, café, farinha de mandioca, derivados de uva, boi, entre outros, além de frete, ouro, e ativos financeiros.

Atualmente, a Bolsa Brasileira de Mercadorias e suas associadas (48 corretoras no RS) operam basicamente nos seguintes mercados:

- a) Disponível ou físico: entrega efetiva, e liquidação em até 10 dias úteis;
- b) A termo: entrega efetiva, entrega e pagamento à mesma ou diferentes épocas;
- c) De opções: seguro de preço, sem o ajuste financeiro diário, mercado complementar;
- d) Futuro: de proteção contra risco de preço, com ajuste financeiro diário, complementar e funcionando em parceria com a BM&F.

O **mercado disponível**, ou físico, é o mercado spot, onde as transações ocorrem em um determinado instante de tempo, e há a entrega efetiva do produto. Este mercado é o que possui a maior representatividade na comercialização do segmento arroz em casca no estado do Rio Grande do Sul.

O **mercado a termo** representa um acordo entre duas partes para comprar ou vender uma mercadoria, numa data futura, por um preço pré-estabelecido. O produtor negocia um preço e efetua a venda da safra em qualquer fase da lavoura, que compreende desde o preparo da terra até a colheita, podendo receber ou não adiantamento de recursos. O acerto de contas, no caso do não recebimento antecipado, fica para o vencimento do contrato, quando o vendedor entrega o produto negociado ao comprador, e este paga o preço combinado anteriormente, quando o contrato foi assinado. A característica básica é de que há entrega efetiva da mercadoria.

Entre os benefícios à economia agrícola apontados para utilização do mercado a termo estão:

- a) comercialização antecipada da produção;
- b) participação da iniciativa privada no financiamento da produção;
- c) melhoria das condições de competitividade do setor.

O **mercado de opções** funcionam como um seguro de preços, no qual o comprador de uma opção (titular) adquire o direito de comprar (se opção de compra), ou de vender (se opção de venda) determinada mercadoria por um preço preestabelecido (preço de exercício), numa data prefixada, pagando um valor chamado prêmio. Nos mercados de opções, o titular tem direitos e o seu risco está limitado ao valor do prêmio.

Entre os principais benefícios deste tipo de transação temos:

- a) mercado complementar ao a termo;
- b) seguro quanto a oscilações de preço;
- c) estimulador de qualidade.

Cabe ressaltar que no mercado de opções não existe a obrigatoriedade de entrega física da commodity.

O **mercado futuro** é uma evolução do mercado a termo, com a diferença de que os contratos a termo podem ser particulares ou realizados em balcão (fora das bolsas), enquanto os contratos futuros são obrigatoriamente negociados em uma bolsa de mercadorias. O que caracteriza uma operação no mercado futuro é a padronização dos contratos e a forma de acerto dos preços realizada diariamente (ajuste diário), e não no vencimento do contrato.

Os mercados futuros de commodities agropecuárias funcionam como uma "garantia de preços", tanto para o produtor rural quanto para a indústria processadora, pois propiciam a proteção (hedge) contra eventuais quedas ou

elevações de preços. Esse mecanismo constitui-se numa forma eficaz de garantia, pois elimina as incertezas na época da comercialização da safra. Com ele, o produtor fixa o preço de venda da safra.

Sucintamente, o contrato futuro é uma obrigação legalmente exigível de entregar ou receber uma determinada quantidade de mercadoria, de qualidade preestabelecida, pelo preço ajustado no pregão de uma bolsa.

A Bolsa Brasileira de Mercadorias está estruturada de forma a permitir a divulgação de dados estatísticos, para análise de mercado, de comportamento de preços e de previsões que digam respeito ao mercado de mercadorias, com os quais suas corretoras associadas orientam seus clientes.

Entre seus objetivos oficiais estão:

- a) pregões públicos;
- b) formação do preço justo, ou de mercado;
- c) aproximar produtor / consumidor;
- d) centralizar ofertas;
- e) agilizar comercialização;
- f) transparência de preços.

Dentre os tantos benefícios que as operações em Bolsa trazem, salienta-se os que trazem maiores ganhos à economia agrícola. Como exemplo podemos citar:

- a) comercialização antecipada da produção;
- b) participação da iniciativa privada no financiamento da produção;
- c) melhoria das condições de competitividade nos mercados nacional e internacional;
- d) estímulo a análise e acompanhamento dos custos de produção;
- e) cultura e formação profissional;
- f) sustentador e seguro de preço.

A motivação sócio-econômica da Bolsa é suprir a carência de modernização dos canais de comercialização dos produtos agropecuários no País, bem como oferecer ao governo um instrumento confiável e eficiente para o exercício da política agrícola.

5 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

5.1 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS

Neste capítulo serão analisadas as respostas dos questionários, segmentando as mesmas entre os agentes entrevistados (ver questionário em anexo). Para fins deste estudo optou-se por apresentar os resultados segmentando os mesmos na ordem apresentada nos questionários distribuídos.

5.1.1 Análise dos Dados de Produtores

1. Qual a região (localização) que exerce sua atividade produtiva?

LOCALIZAÇÃO	PRODUTORES
Campanha	7
Costa Externa Lagoa	3
Costa Interna Lagoa	4
Depressão Central	5
Fronteira Oeste	10
Região Sul	7

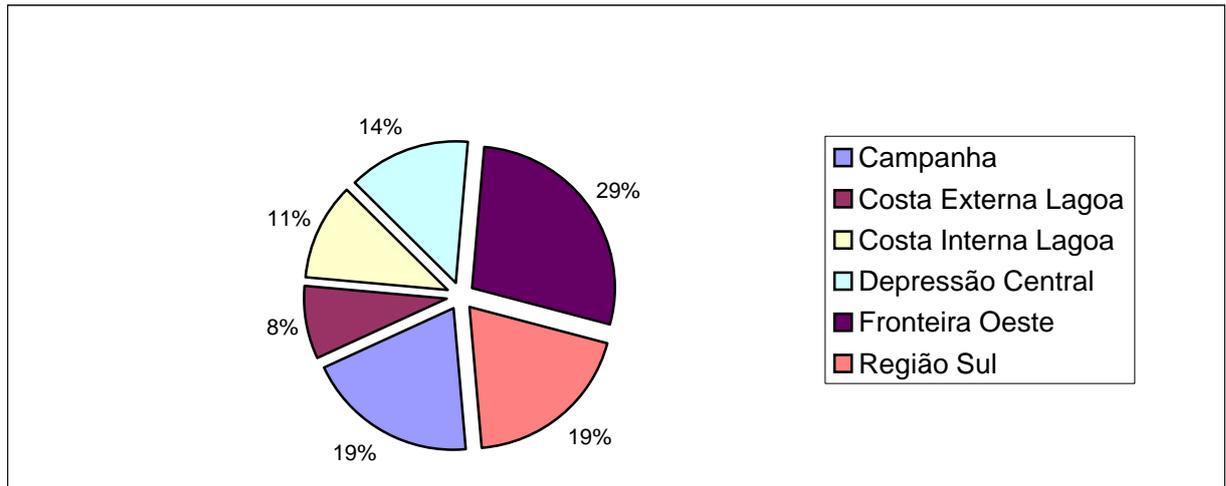


Figura 8 - Localização Produtores de Arroz por Região no RS

A questão remete para um dado já fundamentado na escolha da amostra. Os produtores foram avaliados conforme o percentual correspondente da produção de grãos de cada região. Sendo a região da Fronteira Oeste a que possui a maior representatividade quanto a produção de arroz, é natural que esta região apresente também o maior número de produtores nas entrevistas. Cabe destacar também a importância da Campanha e Região Sul, importantes áreas produtoras de arroz do Estado.

2. Qual é a área média plantada em sua atividade produtiva (somente arroz)?

ÁREA PLANTADA (Ha)	PRODUTORES
até 50 Hectares	12
51 a 300 Hectares	12
Mais 300 Hectares	12

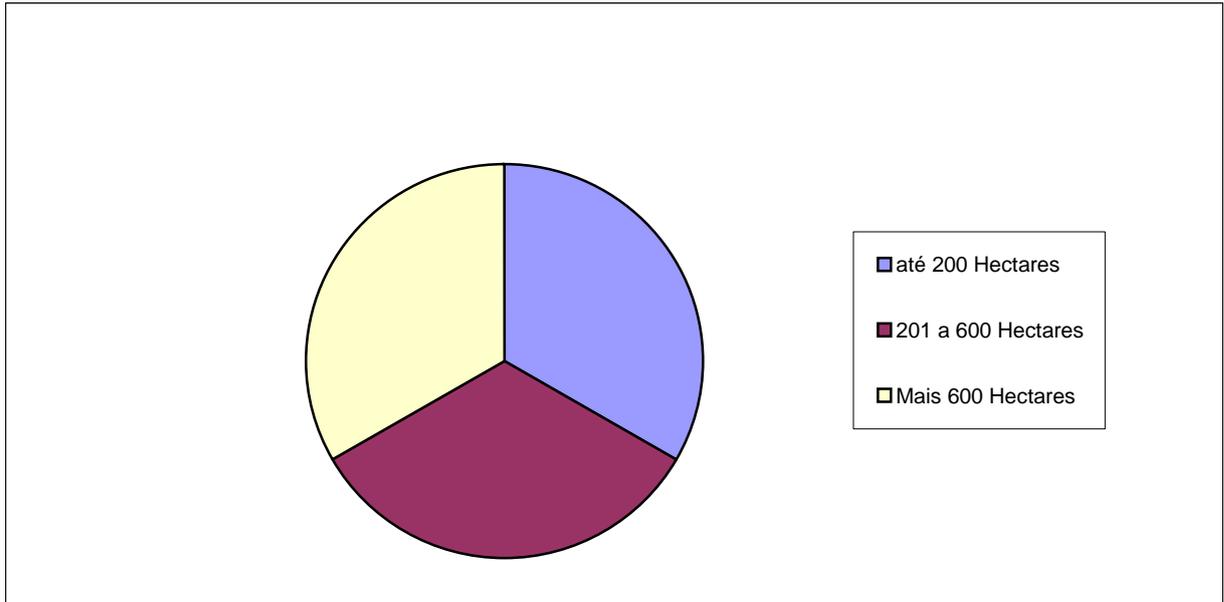


Figura 9 - Área Plantada dos Produtores (Ha)

Com o intuito de buscar uma homogeneização das respostas, buscou-se a informação relevante ao problema junto a todos os tipos de produtores. No que se refere a tamanho, a escala sugerida é:

- a) planta até 50 hectares: pequeno produtor
- b) planta de 51 hectares a 300 hectares: médio produtor
- c) planta mais de 300 hectares: grande produtor

Desta forma, a amostra foi dividida de forma com que 12 produtores de cada segmento respondesse ao questionário.

3. Qual seu nível de escolaridade?

ESCOLARIDADE	PRODUTORES
Primeiro Grau	14
Segundo Grau	13
Terceiro Grau	7
Pós-Graduado	2

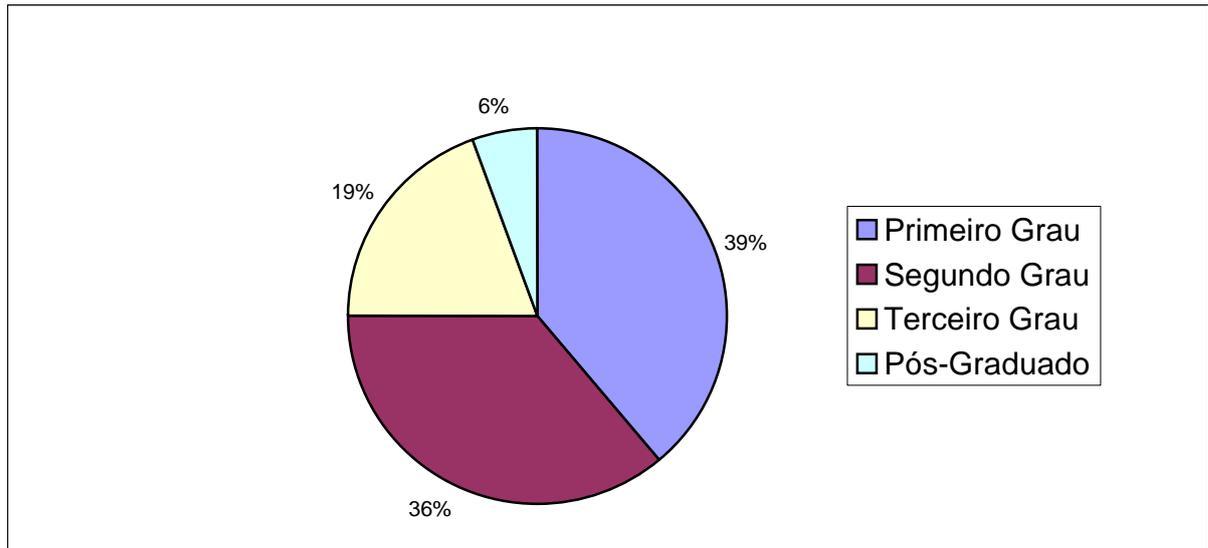


Figura 10 – Escolaridade dos Produtores

A questão da escolaridade é relevante, pois começa a desvendar o perfil deste agente. No estudo realizado, percebemos que a grande maioria do segmento ainda não tem um grau de estudo avançado. O fato de que $\frac{3}{4}$ da população, ou 75%, não buscam um ensino qualificado de terceiro grau, poderá ajudar a desvendar algumas questões pertinentes ao problema. Observou-se ainda que o número de produtores com apenas primeiro grau é maior em pequenos e médios produtores.

4. Em sua atividade, qual a procedência dos recursos financeiros utilizados?

Recursos Financeiros	Produtores
Próprios	3
Próprios e de Terceiros	32
Totalmente de Terceiros	1

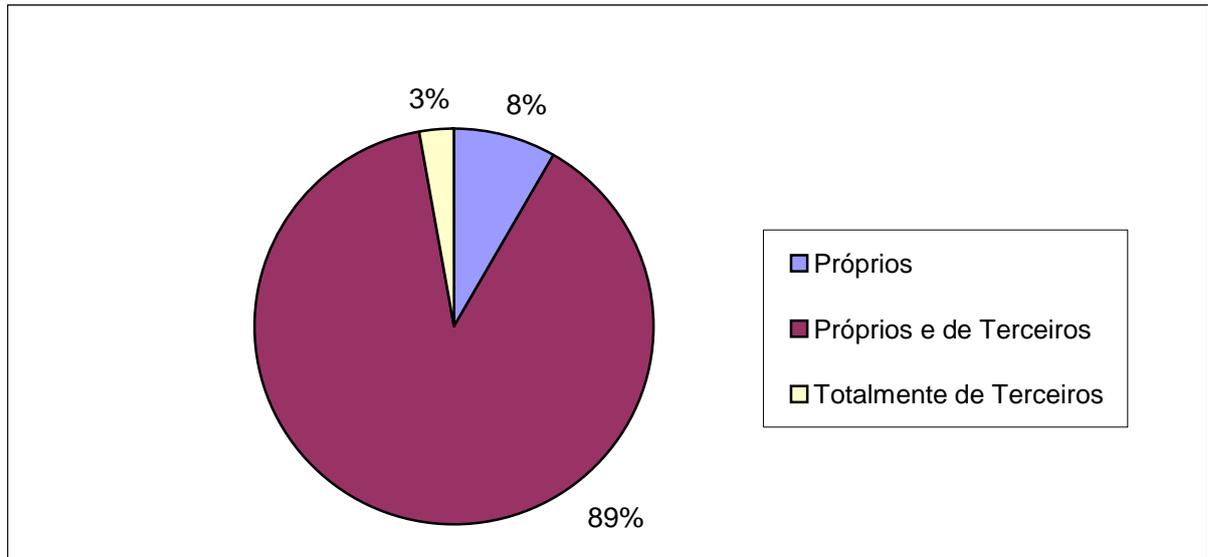


Figura 11 – Origem dos Recursos Financeiros dos Produtores

Com base nesta análise, percebe-se claramente que o aporte de capitais de terceiros é fundamental para o financiamento da atividade produtiva. Este fenômeno poderá ajudar a explicar o endividamento do setor. De forma geral, não consegue perceber-se relação quanto ao tamanho da atividade e fonte de recursos. Apenas o que ficou evidente é de que os produtores que não possuem terra são também os que utilizam o capital de terceiros em sua totalidade.

5. Qual o vínculo com a terra em que realiza sua atividade?

Vínculo c/ a terra	Produtores
Terra Própria	13
Arrendada	21
Outros	2

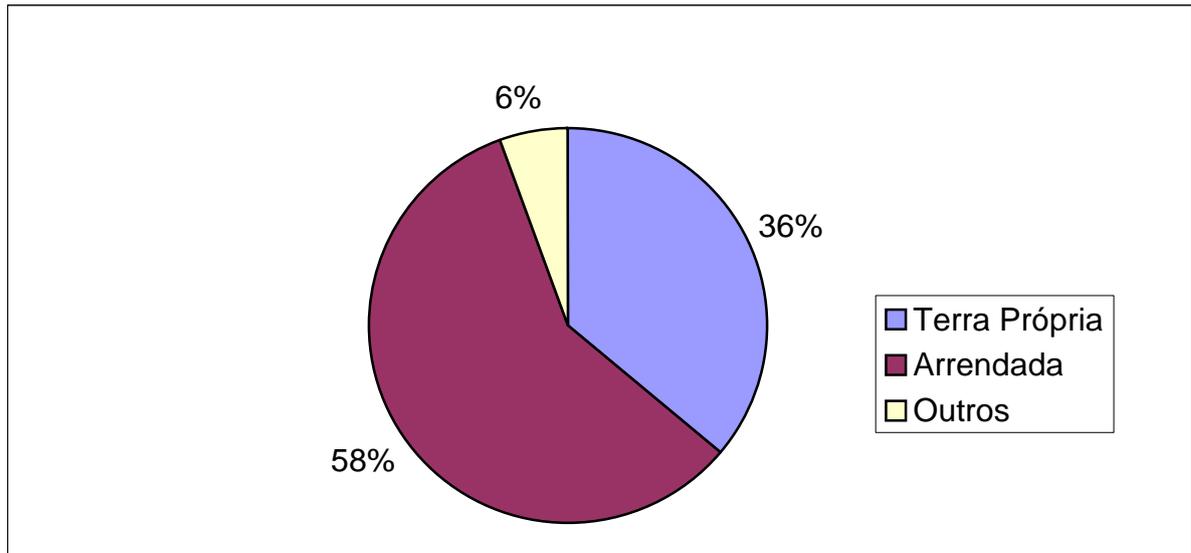


Figura 12 - Vínculo c/ a terra

A questão em foco demonstra uma realidade desta cultura no Rio Grande do Sul. A maior parte dos produtores efetuam sua atividade como arrendatários. Em troca da concessão do uso da terra, os mesmos destinam um percentual pré-determinado da produção aos proprietários da terra.

6. Como geralmente você comercializa seu produto (arroz em casca)?

Como Comercializa	Produtores
Sempre mesmo Engenho	7
Melhor Benefício	24
BMRS	0
Outros	5

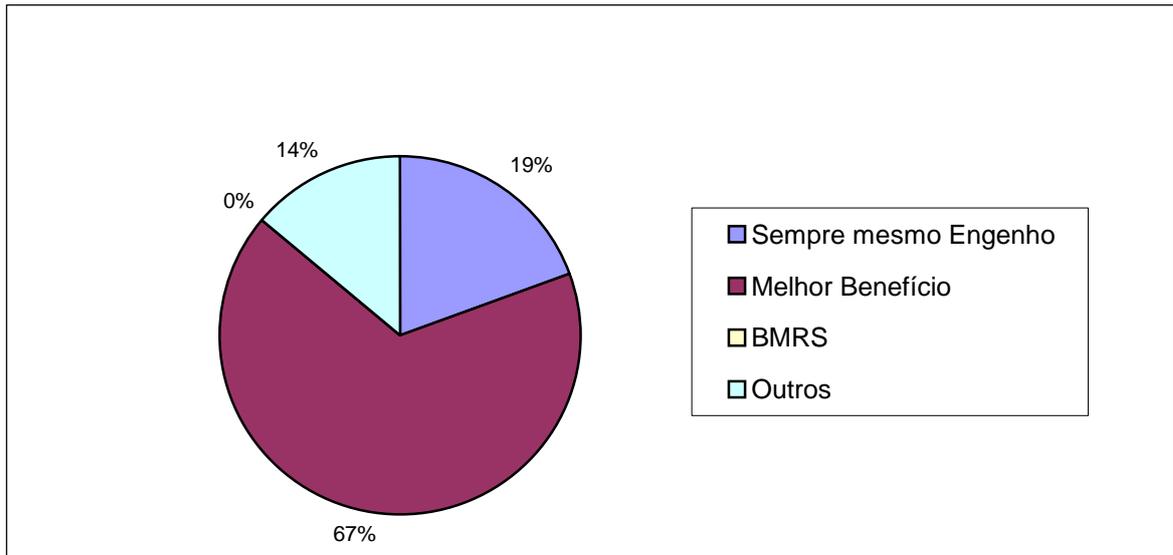


Figura 13 - Como Produtores Comercializam a Safra

A partir desta questão, o estudo entra nos aspectos condizentes com a comercialização do produto. Através da análise das respostas, observa-se que os produtores tendem a ter um comportamento altamente oportunista, conforme havia sido elucidado com o apoio da teoria dos Custos de Transação.

Entretanto, não deixa de ser significativa a participação de produtores mais ortodoxos. Estes, por motivos que decorrem da segurança até a facilidade de transporte, optam pela comercialização com o mesma Agroindústria.

Cabe ressaltar que nenhum produtor manifestou a busca espontânea ou preferencial da Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul para efetivar negócios.

7. Qual o principal fator considerado na hora de comercializar seu produto?

Principal fator considerado	Produtores
Preço recebido	13
Confiabilidade	23
Prazo Recebimento	0
Outros	0

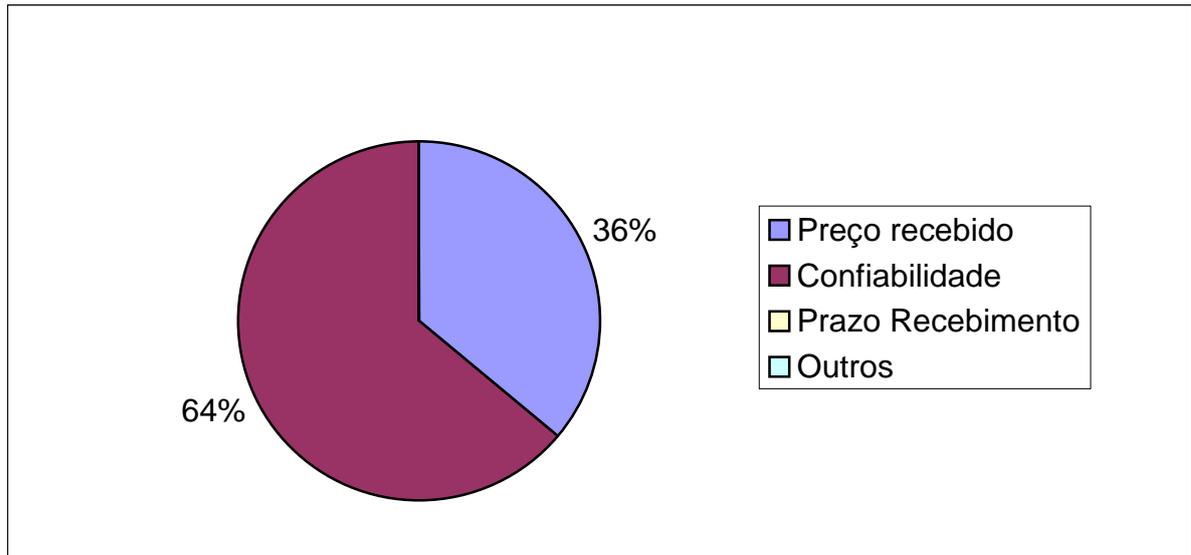


Figura 14 - Fatores Considerados na Comercialização

Quando perguntados dos fatores considerados no momento da comercialização, tendo que apontar qual seria o principal deles, os produtores em sua maioria apontaram a confiabilidade que o comprador deve oferecer. Este é mais um reflexo do comportamento oportunístico existente na cadeia ao longo dos anos. Os agentes percebem isto, e passam a valorizar a questão confiabilidade, sobrepondo a mesma inclusive a questão de preços recebidos.

8. Você conhece os mecanismos de comercialização da Bolsa Brasileira de Mercadorias ?

Conhecimento BMRS	Produtores
SIM	9
NÃO	12
Em Parte	15

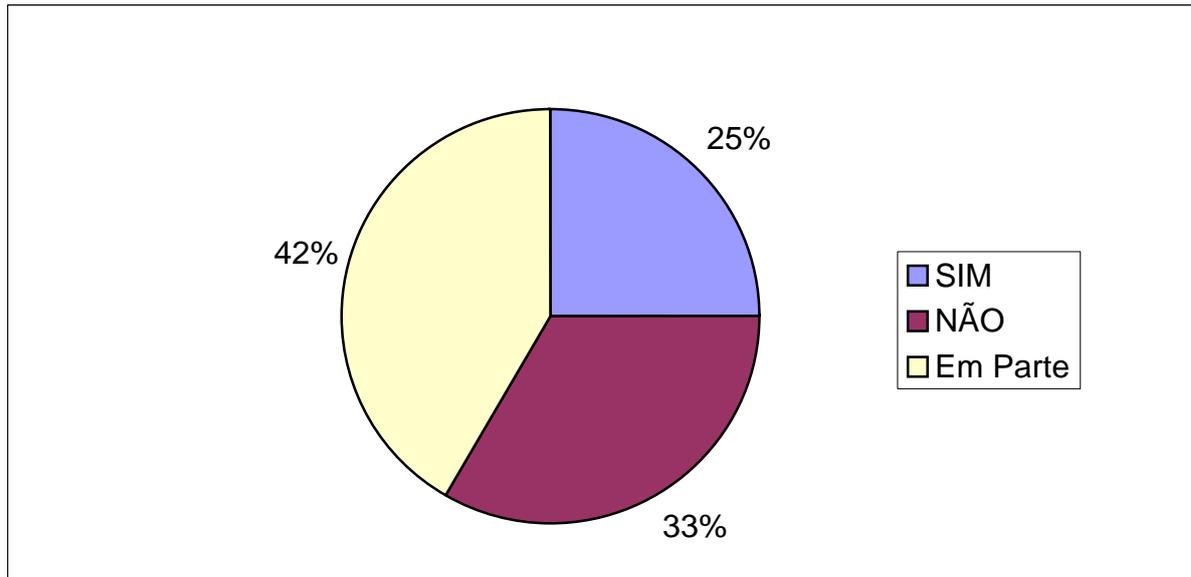


Figura 15 - Conhecimento BBM

Esta questão remete os questionados para o foco do estudo em questão. Mesmo anteriormente constando que nenhum produtor entrevistado busca a Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul como meio de escoar sua produção, nesta questão o conhecimento ao menos da existência de negócios existentes nesta organização por parte dos produtores fica comprovado. Observa-se que 67% dos produtores entrevistados possuem conhecimento total, ou parcial, dos negócios oferecidos pela instituição.

9. Você já efetuou negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias?

Negócios na BMRS	Produtores
SIM	3
NÃO	33

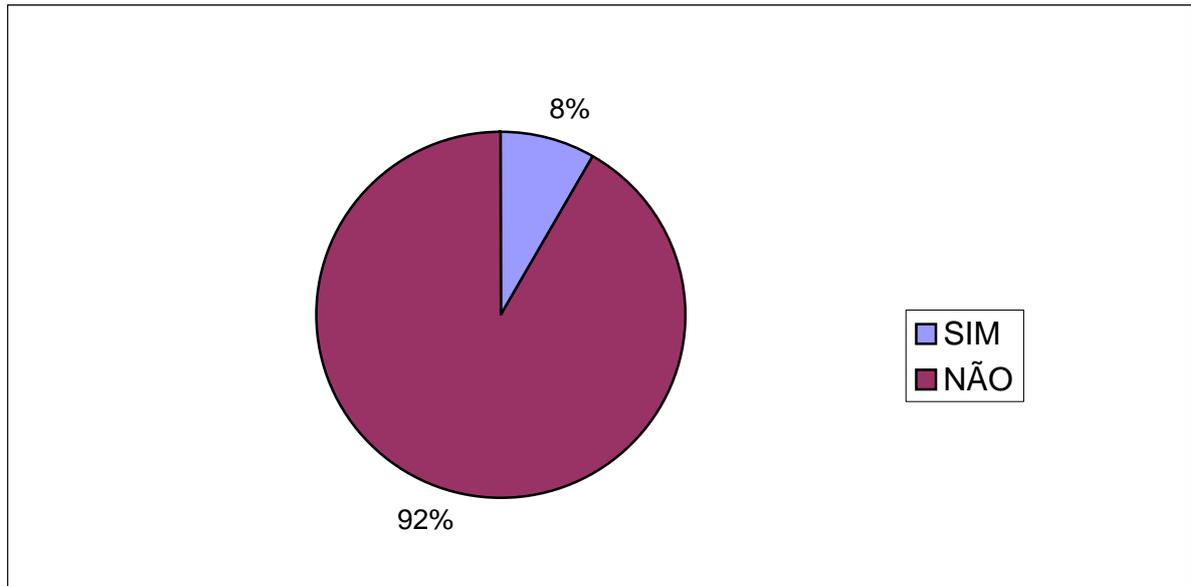


Figura 16 - Efetivação de Negócios na BBM

A questão reflete a problemática do estudo. Mesmo sabendo da existência dos mecanismos de comercialização na Bolsa de Mercadorias, a imensa maioria dos entrevistados continua comercializando a totalidade de suas produções através de métodos tradicionais e não condizentes com a nova realidade de mercado. Apenas menos de 10% dos entrevistados afirmaram já ter executado negócios na instituição.

Um fato extremamente relevante, e passível de análise posterior, é o fato de os produtores que executaram operações na Bolsa de Mercadorias, são também os que possuem maiores níveis de escolaridade.

9.1 Qual tipo de negócio que você já efetuou na BBM?

Tipo de Negócio	Produtores
Mercado à Termo	2
Mercado Físico	1

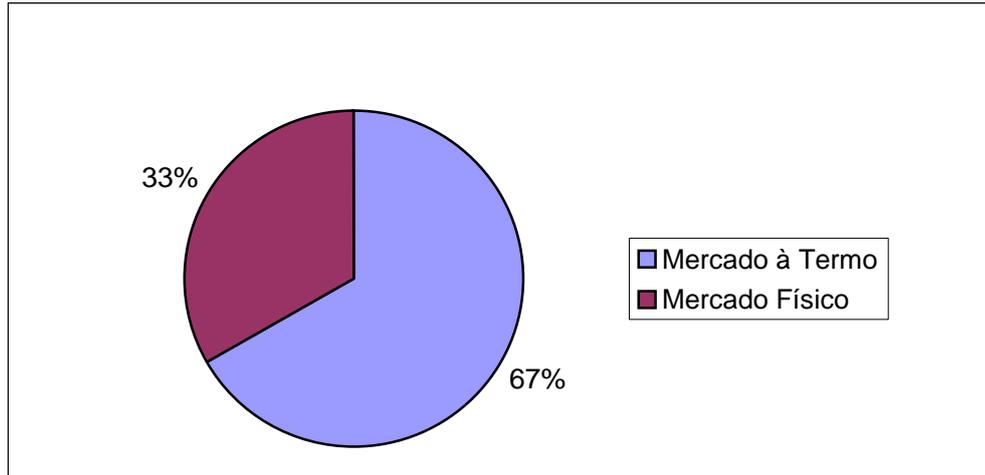


Figura 17 - Tipo de Negócio Realizado

Entre os negócios já efetuados pelos entrevistados, obtivemos apenas transações envolvendo mercado físico e mercado à termo.

9.2 Qual foi seu grau de satisfação na realização de negócios via BMRS?

Grau de Satisfação	Produtores
Muito Satisfeito	1
Plenamente Satisfeito	2

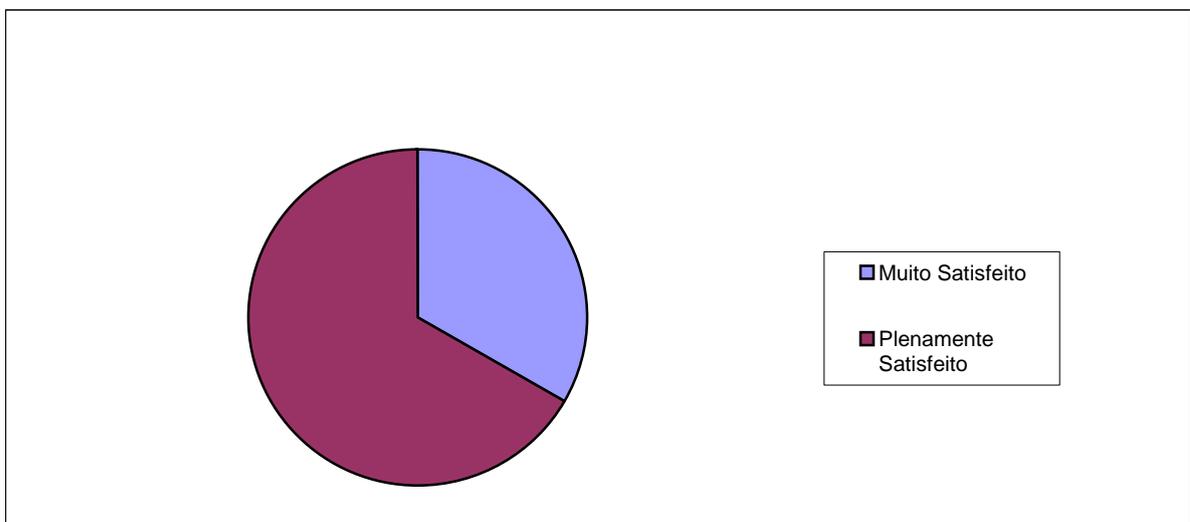


Figura 18 - Grau Satisfação dos Produtores

O grau de satisfação quanto a realização de negócios aponta para um fato motivador: os produtores que efetivaram negócios na entidade mostraram-se extremamente satisfeitos. Este referencial serve como embasamento para atrair novos clientes, bem como manter neste tipo de operação os clientes já conquistados.

9.3 Você estaria disposto a realizar negócios na instituição?

Disposição a Negócios	Produtores
Indisposto	0
Pouco Disposto	5
Disposto	21
Muito Disposto	4
Plenamente Disposto	6

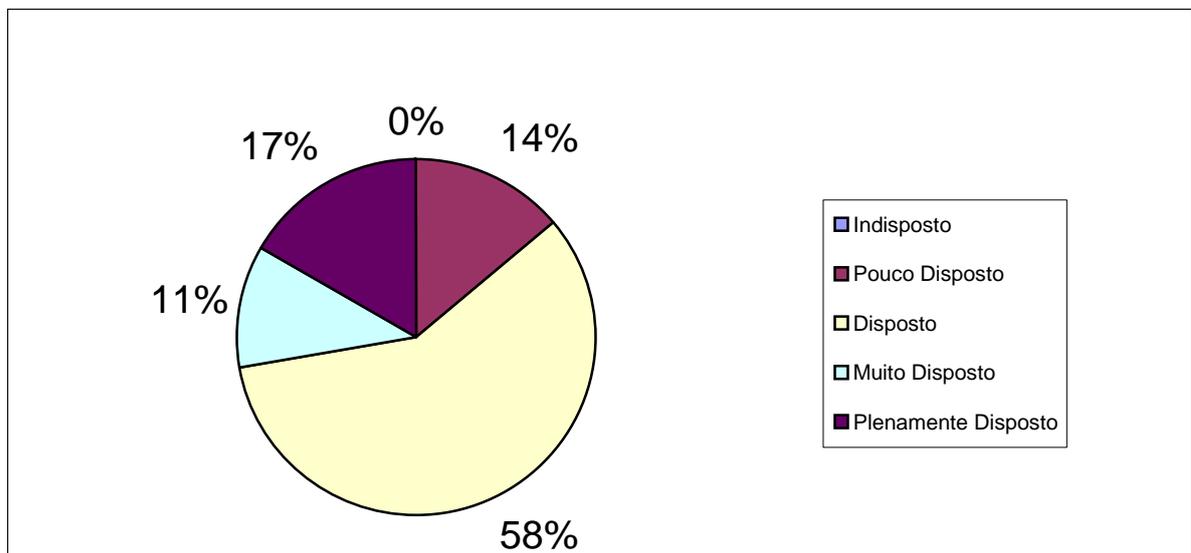


Figura 19 - Disposição à Negócios na BBM por parte dos Produtores

Ao analisar as respostas dos produtores que não realizaram negócios na Bolsa de Mercadorias do Rio grande do Sul, depara-se com um fato no mínimo

interessante para a instituição: 82% dos entrevistados mostraram-se dispostos a realizar transações na Bolsa. Tal dado remete para uma conclusão de que há um grande potencial de crescimento dos negócios realizados entre Bolsa Brasileira de Mercadorias e produtores de arroz em casca.

Questões Abertas

Tendo em vista o proposto na metodologia, o presente trabalho apresentou aos entrevistados 2 perguntas abertas. Estas questões são extremamente importantes quanto ao alcance dos objetivos deste. Abaixo uma síntese das respostas encontradas.

10. Em sua opinião, o que conduz os produtores a procurarem outras alternativas que não a Bolsa Brasileira de Mercadorias?

Em uma questão aberta deste tipo, é normal o fato de se receber respostas não mensuráveis em percentuais. Sendo assim, buscou-se através de uma análise crítica os fatores relevantes apontados pelos produtores, e que podem perfeitamente corresponder as expectativas lançadas pela questão.

De forma sucinta, entre os fatores apontados pelos produtores para a busca de outras alternativas de comercialização que não a Bolsa foram:

- a) Facilidade acesso a Engenhos: Engenhos próximos a lavouras tendem a oferecer vantagens logísticas que esta proximidade permite. Esta proximidade reduz custos de transporte, fazendo com que muitas vezes o preço final pago pelo arroz em casca para o produtor seja maior que o da concorrência.

- b) Engenhos de Confiança: este foi um dos aspectos mais citados. Muitos produtores ainda mantêm o vínculo com determinados Engenhos, sendo difícil fazer com que este comportamento tradicional seja quebrado.
- c) Produtores avessos a mudanças: grande parte dos produtores afirmou ter um certo “receio do desconhecido”. Ou seja, para eles, falta informação necessária para que este medo seja dominado, e os negócios em outras Instituições possam ser efetuados. Bolsa de Mercadorias ainda soa como algo distante para os produtores.
- d) Agroindústrias avalizam Crédito Rural: muitos produtores dependentes de recursos financeiros de terceiros para a realização de sua atividade, buscam estes recursos junto a Instituições financeiras, como o Banco do Brasil. Em inúmeros casos, estas operações necessitam avalistas. As agroindústrias adotam a prática de avalizar algumas destas operações, e em troca o produtor direciona sua produção para esta empresa.
- e) Estrutura de Armazenamento: de forma geral, o produtor de arroz gaúcho não possui uma estrutura de secagem e armazenamento do grão adequadas em suas fazendas. Sendo assim, em períodos de safra, é muito comum a necessidade emergente de enviar o “arroz verde” (arroz com padrões de umidade acima do permitido na classificação comercial do grão) para agroindústrias fazerem este trabalho. Sendo assim, ao enviar seu arroz para determinada indústria, o produtor praticamente já vincula a comercialização do mesmo a esta indústria.

11. Quais ações deveriam ser tomadas a fim de aumentar o volume de negócios realizados via Bolsa de Mercadorias no mercado de arroz em casca gaúcho?

De forma sucinta, procurando retratar da melhor maneira possível o exposto pelos produtores, foram propostas as seguintes idéias:

- a) Oferecer melhor estrutura Logística x Armazenagem: infelizmente, mesmo percebendo a eficiência dos mecanismos da BMRS, o produtor dará preferência a quem mostrar a solução mais adequada no momento. Cabe a Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul uma aproximação com o produtor, visando verificar as necessidades existentes em períodos de safra, tais como transporte, secagem, armazenamento, etc.
- b) Facilidade de acesso a informação: o produtor necessita de maior entendimento para dedicar-se a este tipo de transação. A Bolsa deve fazer parte do cotidiano do mesmo. Entre as alternativas propostas estão associações e parcerias com órgãos de classe (sindicatos rurais, IRGA, etc), cursos e eventos associados, etc.

5.1.2 Análise dos Dados de Agroindústrias

1. Qual a região (localização) que exerce sua atividade produtiva?

LOCALIZAÇÃO	Agroindústrias
Campanha	1
Costa Externa Lagoa	1
Costa Interna Lagoa	3
Depressão Central	1
Fronteira Oeste	3
Região Sul	3

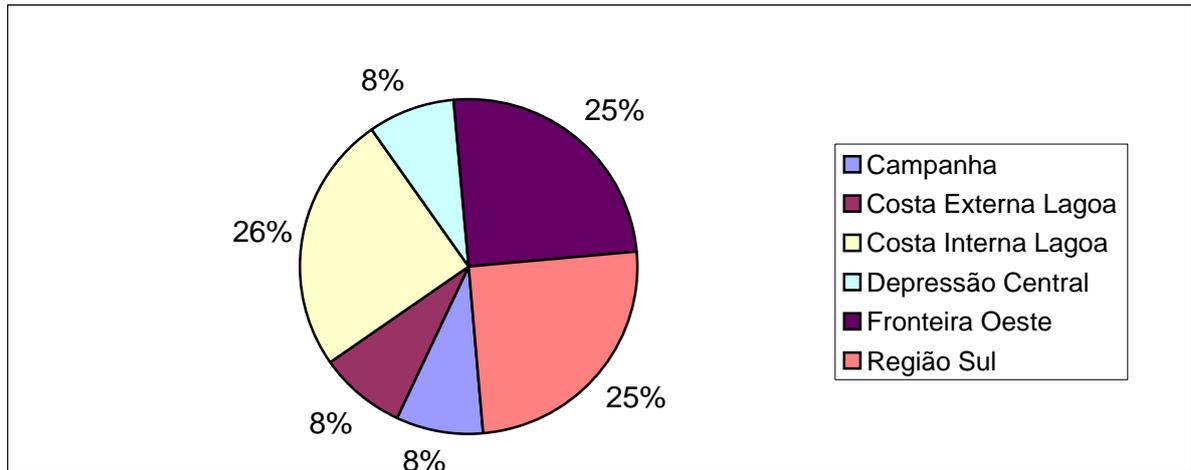


Figura 20 - Localização Agroindústrias no RS

A questão remete para um dado já fundamentado na escolha da amostra. As agroindústrias foram avaliadas conforme o percentual correspondente do beneficiamento de grãos de cada região. Sendo as regiões da Costa Interna da Lagoa, Fronteira Oeste, e Sul as que possuem a maior representatividade quanto ao beneficiamento de arroz, é natural que estas regiões apresentem também o maior número de agroindústrias nas entrevistas.

Fato interessante de ressaltar é que não existe uma proporção entre quantidade produzida e quantidade beneficiada de arroz nas regiões. Como exemplo, temos a região da Costa Interna da Lagoa, que produz apenas 11% do total de grãos do Estado (quinta colocada, ficando apenas a frente da região da Costa Externa da Lagoa); entretanto ao considerarmos a quantidade beneficiada, a região figura na primeira colocação com 26% do beneficiamento de grãos de arroz do Rio Grande do Sul.

2. Qual é a quantidade (tonelada/mês) de arroz beneficiado nesta sua unidade de produção?

Qtde Beneficiada ton/mês	Agroindústrias
até 2500 ton	4
2501ton à 7500ton	4
Mais de 7500ton	4

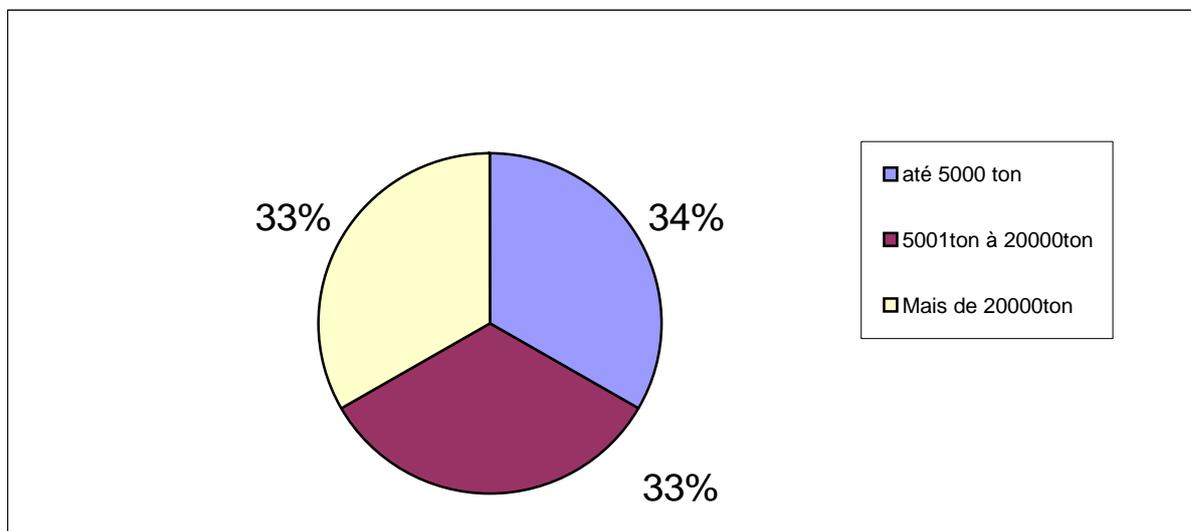


Figura 21 - Quantidade Beneficiada ton/ano

Com o intuito de buscar uma homogeneização das respostas, buscou-se a informação relevante ao problema junto a todos os tipos de agroindústrias. No que se refere a tamanho, a escala sugerida é:

- Beneficia até 2.500 ton/mês: agroindústria pequena
- Beneficia até 2.501 ton/mês a 7.500 ton/mês: agroindústria média
- Beneficia mais de 7.500 ton/mês: agroindústria grande

Desta forma, a amostra foi dividida de forma com que 12 agroindústrias de cada segmento respondesse ao questionário.

3. Qual seu nível de escolaridade?

Escolaridade	Comprador
Primeiro Grau	0
Segundo Grau	5
Terceiro Grau	4
Pós-Graduado	3

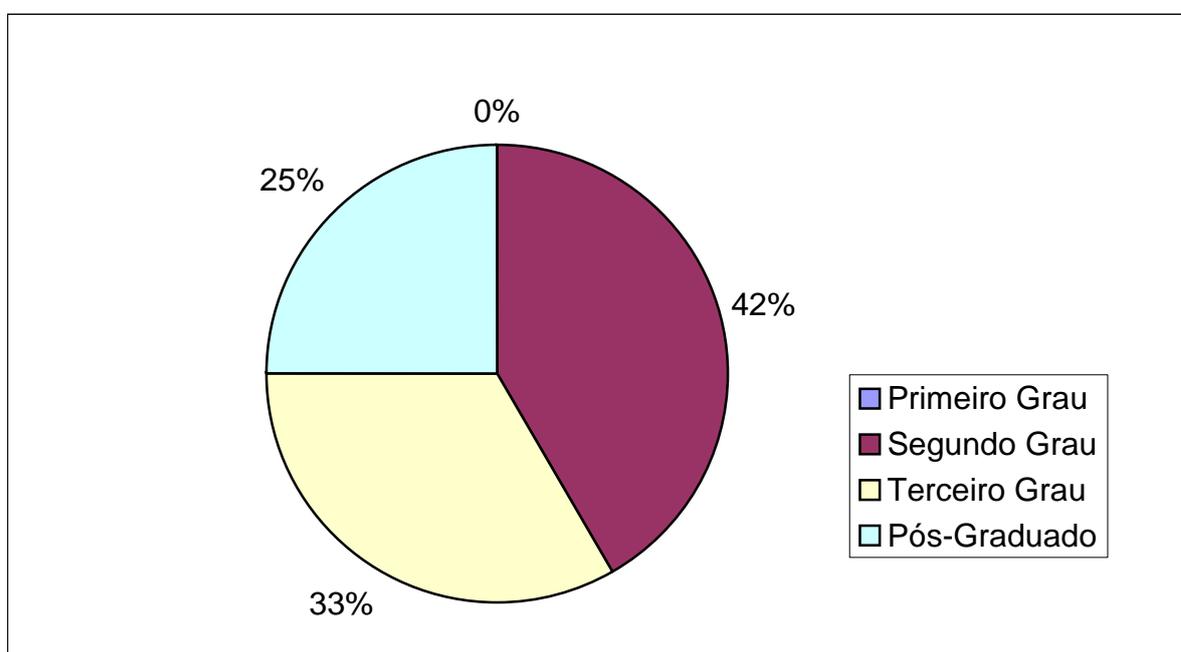


Figura 22 – Escolaridade dos Gestores das Agroindústrias

Quando realizada a análise dos dados referentes a escolaridade dos responsáveis pela compra da commodity arroz em casca no mercado gaúcho, nos deparamos com um cenário diferenciado em relação ao segmento vendedor da commodity. Ao contrário dos produtores, os representantes das agroindústrias possuem um nível mais alto de instrução, possuindo a maioria formação superior. Este dado analisado em todo contexto poderá a desvendar o motivo pelo qual as agroindústrias possuem menos receio de realizar operações via Bolsa de Mercadorias.

4. Qual o principal mercado consumidor de seu produto?

Mercado Principal	Agroindústria
RS	3
Região Sul	0
Região Sudeste	5
Outros	4

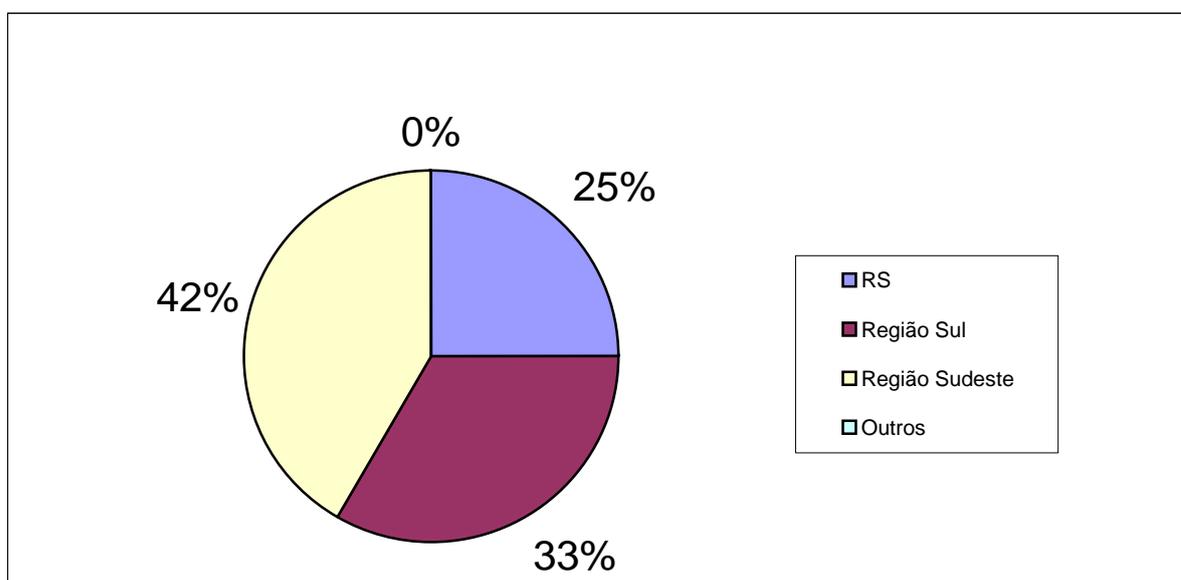


Figura 23 - Mercado principal das Agroindústrias

Este quadro retrata apenas uma realidade já apontada quando do estudo do elo “consumidor final” no capítulo referente a delimitação da cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul. A região sudeste é a maior consumidora de arroz do país. Isto acontece por motivos lógicos: é nesta região que possuímos a maior densidade demográfica.

Entretanto, um fato interessante que nos revela a pesquisa, é que quem abastece o mercado da região Sudeste é, em geral, as grandes agroindústrias. As pequenas agroindústrias tendem a concentrar seus negócios em mercados específicos, muitas vezes próximos a sua área de atuação.

5. Como geralmente (maior freqüência) o insumo-base de seu processo produtivo (arroz em casca) é adquirido?

Como Compra Arroz em Casca	Agroindústrias
Sempre mesmos Produtores	2
Melhor Benefício	8
BBM	0
Outros	2

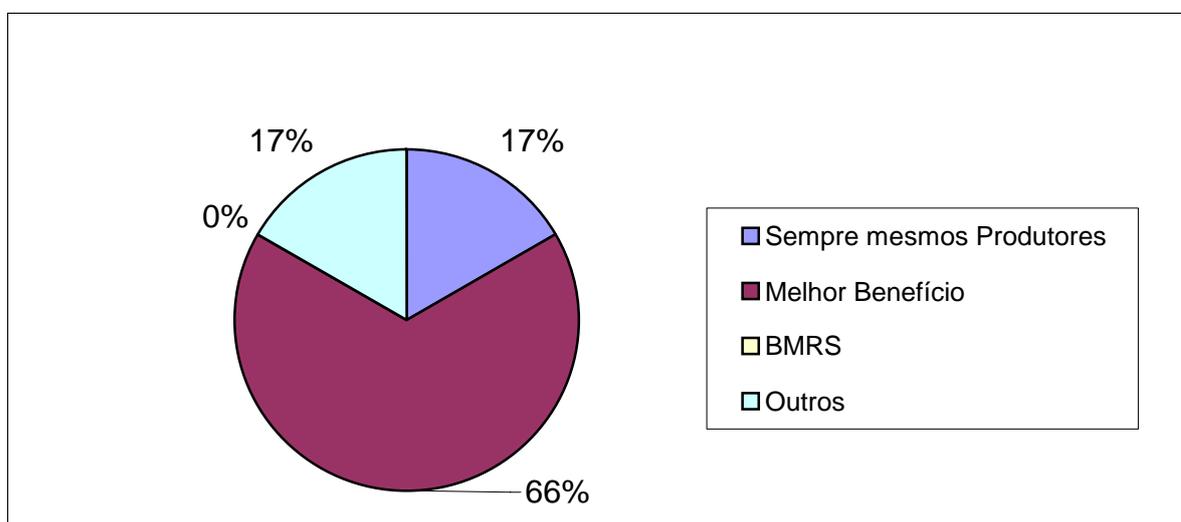


Figura 24 - Como Agroindústrias Comercializam

Esta questão remete os entrevistados para aspectos relacionados a comercialização do produto. E as respostas obtidas são conclusivas: assim como os produtores, as agroindústrias procuram o melhor benefício para si. Este cenário sugere, conforme a abordagem da Economia dos Custos de Transação evidencia, que surgirá comportamentos oportunistas nas transações.

Cabe salientar que existem empresas que procuram uma relação mais duradoura com seus fornecedores, buscando sempre concretizar a comercialização com os mesmos produtores. Estas empresas corresponderam a 17% dos entrevistados.

Há ainda um percentual significativo (17%) de empresas que buscam outras formas, entre elas convênios com cooperativas, compras de corretores credenciados, etc.

Interessante ressaltar que nenhuma empresa mencionou a Bolsa Brasileira de Mercadorias como maior fonte de aquisição de arroz em casca.

6. Qual o principal fator considerado por sua empresa na hora da compra do produto arroz em casca?

Principal fator considerado	Agroindústrias
Preço pago	3
Confiabilidade	1
Prazo p/ pagamento	0
Qualidade	8
Outros	0

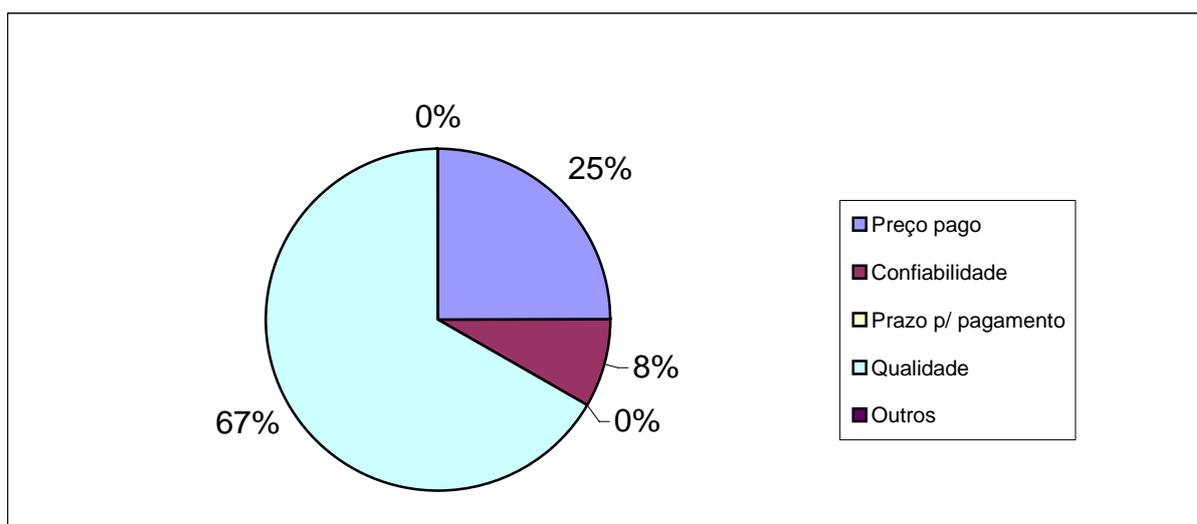


Figura 25 - Fatores Considerados na Comercialização

Diferentemente dos produtores, que apontaram a questão confiabilidade como prioritária na efetivação de negócios, as agroindústrias em sua maioria (67%) apontam a qualidade como o fator de maior valor na hora de efetivação de negócios. A forma tradicional como os negócios são efetuados talvez possa explicar este contra senso. Nos modelos de negócios realizados entre produtores e agroindústrias, primeiro o produtor entrega o arroz em casca, para após receber o pagamento. Sendo assim, a insegurança do produtor é alta, e ele passa a priorizar a questão confiabilidade. Já a agroindústria ao comprar um lote de arroz para destiná-lo a sua unidade de produção, parte do pressuposto que ele atenderá as exigências previstas para a industrialização do mesmo. Sendo assim, normal que as empresas priorizem a qualidade.

Entretanto, não há como desprezar uma significativa parcela de 25% de agroindústrias que optam pela questão preço. Estas empresas obedecem a uma lógica de mercado, também evidenciada pela Economia dos Custos de Transação. Quanto menor a especificidade dos ativos, maior a tendência dos agentes buscarem melhores negócios no mercado. Neste caso, por tratar-se de uma commodity no geral com grande oferta, as empresas citadas procuram os melhores preços.

7. Você conhece os mecanismos de comercialização da Bolsa Brasileira de Mercadorias?

Conhecimento BBM	Agroindústrias
SIM	8
NÃO	1
Em Parte	3

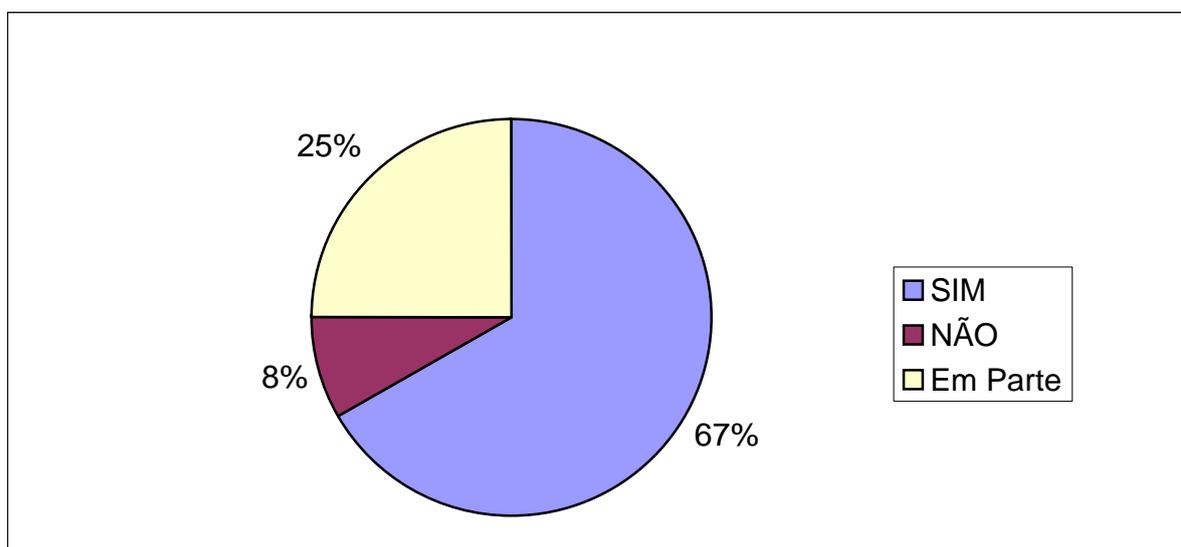


Figura 26 - Conhecimento da BBM por parte das Agroindústrias

Esta questão é direcionada ao foco do estudo. Assim como ocorreu com os produtores, o comportamento se repete nas agroindústrias. Mesmo não tendo a Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do sul como principal meio para aquisição de insumos, a grande maioria dos compradores conhece, ao menos em parte, os mecanismos da mesma. Este percentual alcançou 92% dos entrevistados.

8. Você já efetuou negócios na instituição citada na questão anterior?

Negócios na BBM	Agroindústrias
SIM	9
NÃO	3

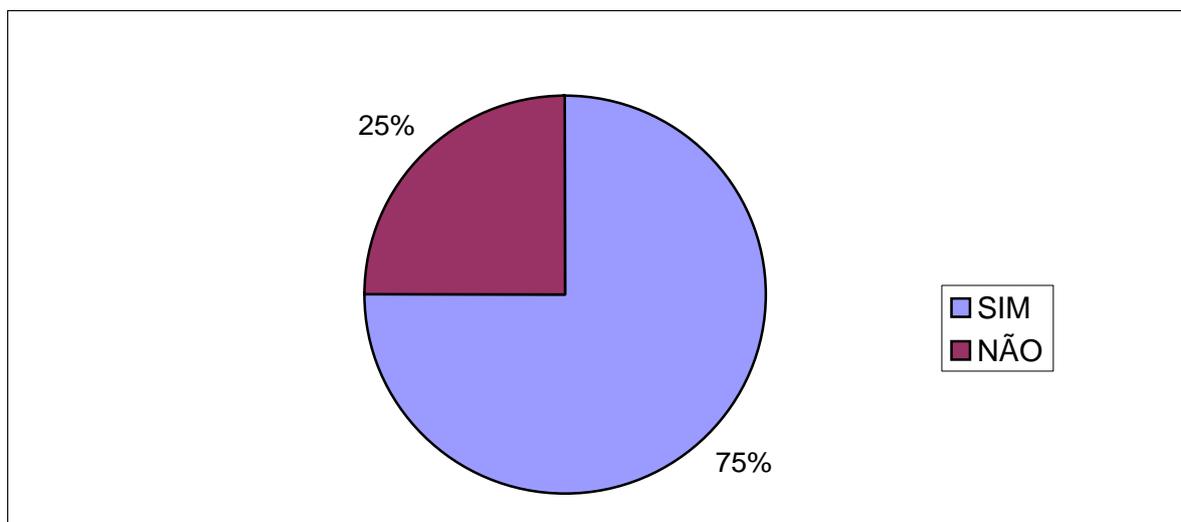


Figura 27 - Efetivação de Negócios na BBM

Esta questão elucida uma das principais situações problemáticas do estudo. Inversamente proporcional aos produtores, temos que as agroindústrias em sua maioria já efetuaram negócios na instituição (75%). Isto significa, em curtas palavras, que o segmento que apresenta ainda uma certa combatividade ante os negócios na Bolsa de Mercadorias não é a Agroindústria.

8.1 Qual tipo de negócio que você já efetuou na BBM?

Tipo de Negócio	Agroindústria
Leilões Governo	6
Execução Física	5

Obs: 2 compradores assinalaram 2 respostas.

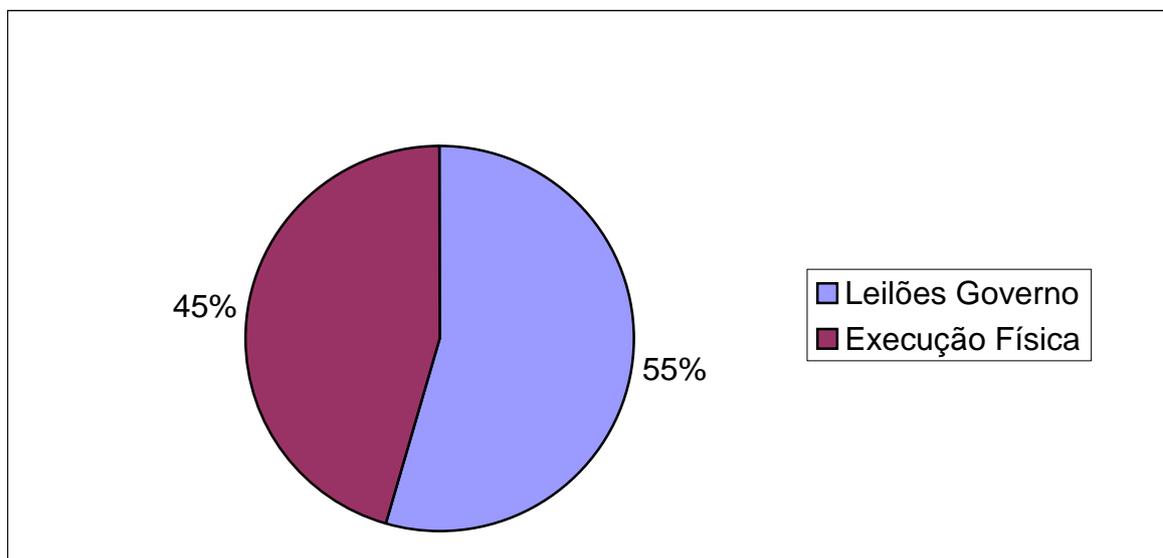


Figura 28 - Tipo de Negócio Realizado

Havendo garantia de entrega e qualidade do produto, as agroindústrias mostram-se aptas a negociar. Isto ocorre na Bolsa. Sempre que os negócios foram convidativos, as indústrias demonstraram interesses. Entre as modalidades citadas entre as empresas que já realizaram negócios na instituição, a mais citada foi a compra de arroz do governo em leilões.

8.2 Qual foi seu grau de satisfação na realização de negócios via BBM?

Grau de Satisfação	Agroindústria
Satisfeito	6
Muito Satisfeito	1
Plenamente Satisfeito	2

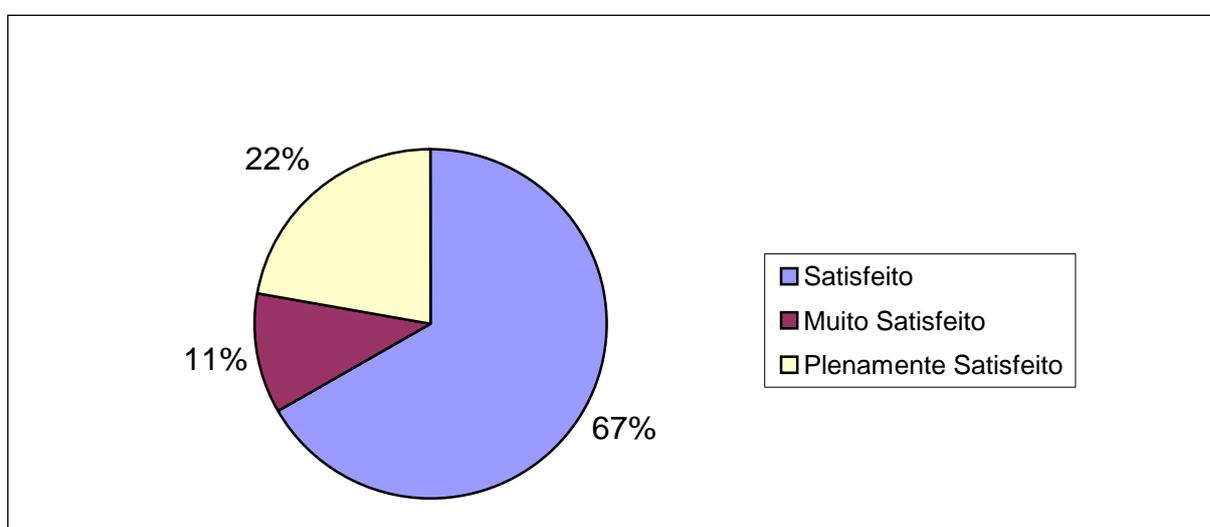


Figura 29 - Grau Satisfação por parte das Agroindústrias

Os resultados apresentados nesta questão são inquestionáveis, e motivadores para os propósitos da Bolsa. Todos os entrevistados mostraram-se satisfeitos com os negócios realizados na Instituição. Em suma, isto significa uma retenção de clientes.

8.3 Você estaria disposto a realizar negócios na instituição?

Disposição a Negócios	Agroindústrias
Disposto	2
Plenamente Disposto	1

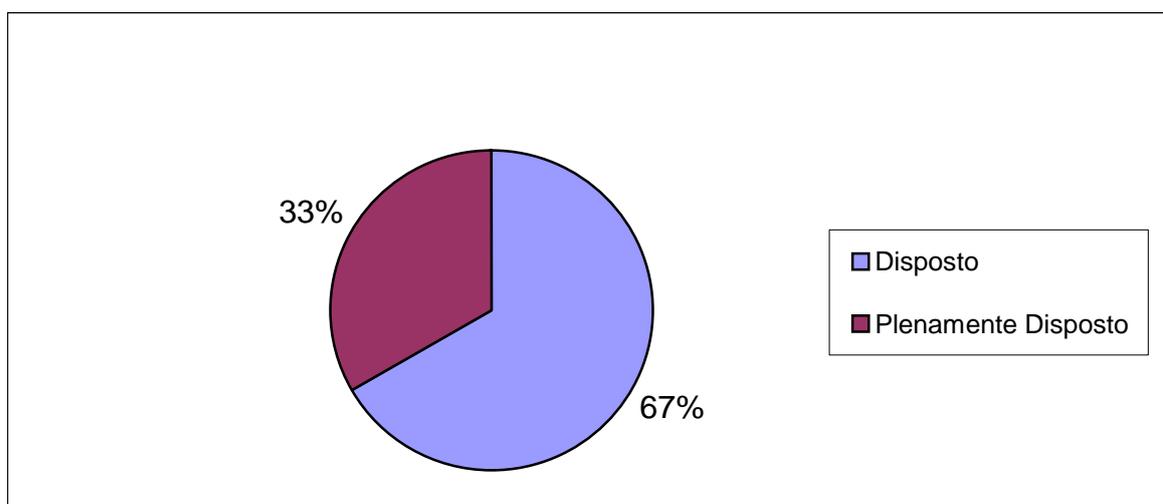


Figura 30 - Disposição à Negociação na BBM por parte das Agroindústrias

A questão em foco também remete a um fato alentador. Todos os entrevistados que não haviam feito negócios na Instituição, mostraram estar ao menos dispostos a realizarem algum tipo de transação. Isto significa que, ao menos por parte da indústria, há um grande potencial de aumento do número de clientes, e por consequência, do volume de transações.

Questões Abertas

Tendo em vista o proposto na metodologia, o presente trabalho apresentou aos entrevistados 2 perguntas abertas. Estas questões são extremamente

importantes quanto ao alcance dos objetivos deste. Abaixo uma síntese das respostas encontradas.

9. Em sua opinião, o que leva as agroindústrias a procurarem outras alternativas que não a Bolsa Brasileira de Mercadorias?

Em questões deste tipo, o entrevistado fica livre para discorrer sobre o tema proposto. Desta forma, como não há possibilidade de mensurar e tabular em números as respostas dos mesmos, cabe ao entrevistador captar as idéias centrais.

Desta forma, abaixo temos três causas comuns nos depoimentos, que apontam o motivo pelo qual as agroindústrias não procuram a Bolsa de Mercadorias com maior freqüência para efetivar negócios.

- a) Cultura: falta ainda ao comprador o hábito de consultar a Bolsa de Mercadorias. Há a necessidade de um quebra de paradigma. O setor possui uma cultura arraigada muito forte, no qual julgam os agentes ser imprescindível o contato entre eles para efetivação dos negócios. Como observa-se nas questões acima, as empresas até efetuam negócios na BBM, mas não antes de ter esgotado as possibilidades de compras diretas frente a produtores.
- b) Falta conhecimento: segundo representativa parcela dos entrevistados, falta conhecimento suficiente aos compradores quanto aos mecanismos da Bolsa. Esta falta de conhecimento aprofundado resulta em insegurança, o que afasta a possibilidade de negócios.
- c) Oferta irregular: segundo os entrevistados, um dos fatores que entravam os negócios na BBM é a falta de uma oferta regular. Salvo movimentos de venda de contratos do Governo, as quantidades oferecidas para

transações são reduzidas diante a magnitude do montante comprado pelas empresas. Na opinião destes agentes, falta um maior envolvimento do elo produtor. Com a aproximação dos produtores à Bolsa, o caminho natural será a aproximação das agroindústrias.

10. Qual o tipo de ação deveria ser tomada a fim de aumentar o volume de negócios realizados via Bolsa de Mercadorias no mercado de arroz em casca gaúcho?

Diante o exposto pelos agentes compradores de arroz em casca, tem-se como sugestões para o aumento de negócios via Bolsa de Mercadorias as seguintes ações:

- a) Campanhas de esclarecimento: promover campanhas de orientação aos agentes, de forma que todas dúvidas sejam dirimidas, e por conseqüência seja afastada a insegurança deste cenário. Estas campanhas poderão ser feitas através de visitas institucionais as indústrias, cursos práticos, etc. Enfim, aproximar o comprador desta realidade.
- b) Parcerias: efetivar parcerias com entidades representativas é uma sugestão apontada por grande parte dos entrevistados. De acordo com esta idéia, uma parceria junto a associação ou sindicato de indústrias poderia fomentar o aumento do número de negócios. É uma forma de promover a atividade.
- c) Garantias: um ponto que chama a atenção, e merece destaque, é a sugestão de divulgar as garantias oferecidas pela Bolsa. De acordo com alguns entrevistados, a instituição conseguirá reunir muitos novos clientes no momento que houver uma divulgação clara das garantias que as transações ali ocorridas possuem.

5.1.3 Análise dos Dados da Bolsa Brasileira de Mercadorias - BBM

Seguindo a metodologia proposta, foram buscadas informações na Bolsa Brasileira de Mercadorias, através de um questionário semi-estruturado (anexo). A Instituição fez-se representar por seu superintendente regional.

A pesquisa apontou dados relevantes, inclusive dados que comprovam algumas hipóteses preliminarmente levantadas. Uma das premissas deste estudo era a de que os negócios realizados via Bolsa Brasileira de Mercadorias para arroz no Rio Grande do Sul não atingiam o montante desejado, ficando com uma fatia pequena do total de transações. Através da entrevista realizada, observamos que na safra 2004/2005 a Bolsa Brasileira de Mercadorias concretizou a comercialização de 288.553 toneladas de arroz em casca. Como observado anteriormente, somente o Rio Grande do Sul produz mais de cinco milhões de toneladas. Sendo assim observou-se no último período que apenas cerca de 5% (cinco por cento) da produção foi comercializado via Bolsa.

No que diz respeito ao relacionamento da Instituição com os agentes envolvidos, observou-se na entrevista que a Bolsa Brasileira de Mercadorias julga possuir contatos sólidos com Governo e Agroindústrias. Entretanto a Instituição julga que há um certo receio por parte dos produtores em aproximar-se da mesma. A Bolsa crê que os produtores não sentem-se a vontade por não possuir muito claro em suas mentes o verdadeiro objetivo da Instituição.

O fato relevante desta entrevista é que constatou-se uma clara tendência por parte da BBM (Bolsa Brasileira de Mercadorias) de indicar o produtor como sendo o agente ainda relutante quanto a negócios na Instituição. Questionado quanto aos motivos que os levam a tal fato, o representante da instituição remeteu a questões culturais e falta de instrução. Conseqüentemente, a Instituição julga que um

processo de alavancagem dos negócios promovidos com a commodity arroz passa necessariamente por um amplo trabalho de divulgação do negócio da Bolsa Brasileira de Mercadorias.

Como podemos observar nos questionários realizados com produtores, esta não é uma verdade inquestionável, e não pode ser apurada como o fator responsável pelos baixos níveis de negócios realizados na instituição.

5.1.4 Análise dos Dados do Instituto Riograndense de Arroz - IRGA

Seguindo a metodologia proposta, foram buscadas informações no Instituto Riograndense do Arroz (IRGA) através de um questionário semi-estruturado.

O IRGA concorda que o agente que oferece maior restrição aos negócios na BMRS é o referente a produtores. Entretanto, a mesma instituição alega motivos relevantes para que os mesmos atuem desta forma. Entre os fatores dificultadores foram citados:

- a) Logística oferecida pela Bolsa não é atraente (transporte e armazenagem);
- b) Falta um programa incentivando este tipo de negócio; ou seja, desmistificando a Bolsa para o produtor, a fim de que o mesmo tenha segurança ao optar por este tipo de transação;
- c) Produtor não possui estrutura para secagem e armazenagem dos seus grãos, fazendo com que o mesmo procure parceria em agroindústrias.

Cabe ressaltar a extrema relevância das informações repassadas pela Instituição, visto a proximidade com o produtor, e conseqüente visualização do que ocorre com este significativo agente.

5.1.5 Análise dos Dados do Sindicato das Indústrias de Arroz RS - SINDARROZ

Conforme proposto, buscou-se informações no SINDARROZ. Segue abaixo uma síntese das principais informações coletadas.

Entre os aspectos dificultadores a realização de negócios envolvendo a commodity arroz em casca na Bolsa Brasileira de Mercadorias, o SINDARROZ, através de seu representante, aponta:

- a) as agroindústrias possuem relações comerciais diretas estabelecidas de longa data com muitos produtores, e (ou) relações com intermediadores;
- b) mesmo o arroz sendo uma commodity, de acordo com o tipo de produto final (arroz parboilizado, branco, etc) existe a necessidade de uma busca de matéria prima com características específicas. As indústrias acreditam que o processo de comercialização tradicional oferece maior segurança na identificação destas características;
- c) historicamente, produtores e indústrias visualizam a BBM como uma instituição focada na comercialização de estoques públicos, afastando desta forma os mesmos deste cenário.

Abordando a questão de fatores que poderiam alavancar os negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias, avaliou-se a necessidade da BBM fomentar um processo de profissionalização em todos os segmentos envolvidos. Coletou-se as seguintes sugestões:

- a) Aproximação com o interior, local onde ocorre a atividade produtiva. Essa interação deve ocorrer durante todo ano, e não apenas em momentos específicos;
- b) Promoção de eventos esclarecedores, a fim de buscar a confiança da indústria e dos produtores.

5.2 DISCUSSÃO FINAL

Nesta sessão, de forma sucinta, serão apontados alguns resultados da pesquisa, tomando sempre como base os objetivos propostos, e a revisão conceitual realizada.

Sendo assim, a fim de maior nitidez, optou-se por abrir quatro sessões, conforme os objetivos específicos do estudo.

Objetivo 1: Caracterizar os mecanismos de comercialização de commodities agrícolas

O presente trabalho apresentou um capítulo abordando a conceituação de comercialização, comercialização de commodities, e ainda especificamente a comercialização da commodity arroz em casca no Rio Grande do Sul, foco deste estudo.

De forma abreviada, pode-se ressaltar alguns aspectos que caracterizam a comercialização deste produto:

- a) Produto de alta necessidade para os consumidores (significativa importância);
- b) Preços relativamente baixos;
- c) Demanda estável *versus* oferta instável: o consumo do produto praticamente não oscila durante o ano, entretanto características naturais tornam o produto sazonal (produto vinculado a safra);
- d) Negociações ocorrem sob conceito de Mercado *Spot*, ou seja, as mesmas se consolidam em um único instante de tempo.

Objetivo 2: Caracterizar e analisar os mecanismos existentes na Bolsa Brasileira de Mercadorias referentes a comercialização da cultura de arroz no Estado

Foram apresentados os diferentes instrumentos que a Bolsa Brasileira de Mercadorias disponibiliza para a comercialização de arroz no Rio Grande do Sul. São eles: mercado físico (disponível), mercado a termo, e mercado de opções.

Objetivo 3: Identificar e traçar o perfil dos agentes participantes dos processos de comercialização na Bolsa Brasileira de Mercadorias, bem como nos meios tradicionais de comercialização deste produto

Para fins deste estudo, consideremos agentes envolvidos nas transações da commodity arroz em casca no Rio Grande do Sul apenas as partes vendedoras e compradoras, ou seja, apenas os produtores e as agroindústrias. Desta forma, além dos atributos competentes a cada um elucidados em capítulo específico, através das pesquisas aplicadas pode se observar outras características, abaixo mencionadas.

Produtores

Além das características verificadas no capítulo que descreve a cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul, tais como dispersão geográfica e agentes heterogêneos, confere-se na pesquisa outras características ao ator responsável pela produção primária.

Entre os fatores observados na pesquisa, merecedores de citação, estão:

- a) baixa escolaridade, a qual em parte pode explicar a restrição quanto à utilização das ferramentas oferecidas pela BBM;

- b) a maioria dos produtores necessita de aporte de capital de terceiros para a execução de sua atividade produtiva;
- c) grande parte dos produtores não possuem terra, produzindo o grão através do arrendamento de terras de terceiros, o que eleva consideravelmente seu custo de produção;
- d) como previa-se através da Economia dos Custos de Transação, observamos comportamento oportunístico nos produtores. Eles tendem a comercializar seu produto de acordo com o melhor benefício do momento;
- e) demonstrando uma posição antagônica ao comportamento oportunístico, os produtores sinalizaram que valorizam a questão “confiabilidade” na hora de efetivar uma transação;
- f) de modo geral, não possuem o devido esclarecimento acerca dos instrumentos de comercialização da Bolsa Brasileira de Mercadorias; entretanto, os que já efetivaram negócios na instituição, mostraram-se altamente satisfeitos.

Agroindústrias:

Como observa-se no capítulo pertinente a descrição da cadeia produtiva de arroz do Estado, as agroindústrias compõem um grupo de empresas que mesmo numerosa, possuem uma significativa organização. Mesmo não tratando-se de um oligopólio, verifica-se que cinco das maiores empresas correspondem a setenta por cento do beneficiamento total de arroz do Rio Grande do Sul.

Além das características previamente reveladas, a pesquisa aponta para outras características:

- a) a localização das agroindústrias indiferem da área de produção. A região líder em beneficiamento de arroz no Estado é apenas a quinta colocada na produção do grão;
- b) os gestores das agroindústrias possuem elevada instrução, o que pode elucidar o maior entendimento quanto aos mecanismos da Bolsa Brasileira de Mercadorias;
- c) para as grandes indústrias o mercado-alvo consumidor é o sudeste do País. Em contrapartida, as médias empresas buscam o nordeste e norte do País, enquanto as pequenas escolhem determinados nichos próximos as suas plantas industriais;
- d) assim como observado nos produtores, percebe-se o comportamento oportunístico nas agroindústrias. Evidencia-se que as mesmas na ocorrência da transação buscarão o melhor benefício no momento;
- e) o fator primordial apontado pelas indústrias na transação é a qualidade do produto envolvido;
- f) ao contrário dos produtores, as agroindústrias possuem conhecimento acerca das ferramentas de comercialização oferecidas pela Bolsa Brasileira de Mercadorias. Aliado ao fato pode-se afirmar que as empresas que já efetivaram negócios com a instituição apresentaram um alto índice de satisfação.

Objetivo 4: Identificar os fatores que levam estes agentes a comercializarem ou não comercializarem a commodity arroz em casca na Bolsa Brasileira de Mercadorias

Este tópico encerra o objetivo primordial deste estudo: identificar o motivo pelo qual os negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias, tratando da commodity

arroz, não se consolidam no Rio Grande do Sul. Para tanto, abaixo seguirá uma síntese de apontamentos verificados entre os diversos agentes pesquisados.

Por conta do autor, divide-se a questão em tópicos apontados como “entraves” aos negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias, e outra série de tópicos apontada como “aspectos facilitadores” a execução de negócios na Instituição.

Entraves:

Para fins deste estudo, foram considerados entraves os fatores que representam dificuldades à realização de negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias, entre os agentes previamente descritos. Cabe ressaltar que foram levados em conta apenas indícios relevantes que apareceram de maneira significativa nos questionários aplicados.

Sendo assim, pode-se considerar entraves aos negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias os seguintes fatores:

- a) Escolaridade dos produtores: Os produtores possuem em sua maioria um baixo grau de instrução, o que por conseqüência dificulta o entendimento dos processos da BBM, e inibe o mesmo quanto a efetivação das transações;
- b) Proximidade entre Agroindústrias e Produtores: um fator que é considerado no momento da transação é a proximidade entre os agentes. Muitas vezes os produtores optam em comercializar seu produto com uma agroindústria próxima, pois devido a questões logísticas, muitas vezes esta opção equivale-se a um melhor preço de venda;
- c) Confiabilidade no Engenho ou no Produtor: uma característica inerente as transações deste tipo é a confiabilidade, ou até mesmo costume, no

parceiro de negócio, principalmente por parte do produtor. Há uma tendência de manter-se fiel, desde que em igualdades de condições, ao comprador ou vendedor que já se realizou alguma transação com sucesso;

- d) Barreiras a mudanças: percebe-se nitidamente, principalmente por parte dos produtores, um receio quanto às mudanças. O produtor prefere manter-se no esquema antigo a ter que enfrentar uma nova situação;
- e) Falta de conhecimento dos novos instrumentos: falta principalmente aos produtores esclarecimentos quanto aos instrumentos de comercialização oferecidos pela Bolsa Brasileira de Mercadorias. Esta falta de conhecimento certamente reflete no item mencionado anteriormente, tornando o produtor avesso a qualquer tipo de mudança;
- f) Vínculos entre produtores e agroindústrias: muitas vezes existem contratos não formais estabelecidos que vinculam a safra de determinado produtor a uma certa agroindústria. Entre os exemplos mais citados para este caso, temos produtores buscam financiamento em instituições financeiras, e estas exigem a participação de alguma agroindústria avalizando a operação. Conseqüentemente, o produtor fica comprometido com a indústria avalista;
- g) Estrutura de armazenamento deficitária: os resultados da pesquisa apontam para um grande déficit na estrutura de secagem e armazenamento de grãos nas propriedades. Sendo assim, quando da ocorrência da safra, o produtor é obrigado a escoar seu produto para alguma empresa que possua a referida estrutura. Desta forma, o produtor acaba por direcionar seu produto as agroindústrias, e conseqüentemente atrela a comercialização do grão às mesmas;

- h) Oferta irregular: apontado exclusivamente pelas indústrias. As agroindústrias gaúchas indicaram que não buscam com mais frequência os negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias devido a irregularidade de oferta. Segundo as empresas entrevistadas, as ofertas ocorrem somente quando da intervenção do governo, estando o produtor quase que totalmente afastado deste tipo de operação;
- i) Questão Cultural: existe uma questão cultural arraigada fortemente nos processos de comercialização de arroz no Estado. Conforme apontamentos de agroindústrias e produtores, ainda há a cultura de contato entre os agentes envolvidos, ou seja, o produtor sente a necessidade de estar em contato direto com a indústria que está comprando seu produto, e vice versa.

Aspectos Facilitadores:

Para fins deste estudo, foram considerados aspectos facilitadores as sugestões colhidas de maneira significativa nos questionários, e que apontam para possíveis fatores alavancadores de negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias, aspectos estes condizentes exclusivamente com a negociação da commodity arroz em casca.

Sendo assim, através dos dados colhidos pode-se considerar possíveis aspectos facilitadores aos negócios da referida instituição os tópicos abaixo:

- a) Disposição dos agentes: através da pesquisa realizada, observa-se um aspecto altamente positivo referente à disposição dos agentes quanto a negócios na BBM. Quase a totalidade dos entrevistados manifestou interesse em concretizar negócios na Instituição. Isto aponta para um

possível crescimento de transações, desde que demais condições favoráveis às estas sejam oferecidas. Este fato aponta também para a insignificância do receio a mudanças no que diz respeito a fatores comportamentais. Conforme teoria utilizada, foram verificados comportamentos favoráveis a mudança nos agentes entrevistados;

- b) Melhorias Logísticas: um dos aspectos mais relevantes apontados nas pesquisas é a necessidade de oferecer aos agentes as condições logísticas necessárias, de modo que o grão possa sair da lavoura para secadores e armazéns vinculados a instituição, e que possa dessa forma ser oferecido em leilões da BBM. Além de secadores e armazéns, também foi verificada a necessidade de transporte adequado para remover o produto das propriedades;
- c) Campanhas de esclarecimento: fica evidente ao analisarmos os dados coletados que os agentes não possuem o devido conhecimento quanto as ferramentas de comercialização oferecidas pela Bolsa Brasileira de Mercadorias. Desta forma, é necessário um programa de esclarecimento, a fim de desmistificar a BBM frente as indústrias, e principalmente produtores;
- d) Acesso à informação: paralelo a campanha de esclarecimento, o estudo aponta para a necessidade de aproximação da BBM com seus clientes. Dessa forma, verifica-se a necessidade de viabilizar acesso aos agentes de todas informações pertinentes a negócios na Instituição. A BBM deve fazer parte do cotidiano das transações de arroz em casca no Estado;
- e) Divulgação das garantias: um aspecto citado é a importância dada pelos agentes a segurança no momento da transação. Desta forma, a pesquisa indica que a Bolsa Brasileira de Mercadorias deve intensificar seu trabalho de divulgação das garantias vinculadas aos seus contratos;

- f) Busca de parcerias: a fim de aproximar a Bolsa Brasileira de Mercadorias com os agentes envolvidos nas transações, sugere-se através do estudo a formação de parcerias com entidades ligadas às agroindústrias, e principalmente aos produtores. Entre algumas entidades citadas estão os Sindicatos Rurais, o IRGA, e o Sindarroz.

6 CONCLUSÕES

6.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mudanças fazem parte do cotidiano dos gestores. Com os gestores rurais esta máxima toma significado ainda mais amplo. Dado o ambiente extremamente competitivo, e as particularidades que os gestores deste segmento enfrentam, particularidades estas tais como sazonalidade de produtos, sensibilidade a fatores climáticos, etc, as mudanças não só fazem parte do cotidiano, como a forma com que elas são incorporadas e aplicadas nos negócios não raramente mensuram o sucesso da empresa rural nos mercados em que atua.

O presente trabalho abordou uma questão que relaciona-se perfeitamente com a incorporação de mudanças no processo de gestão. Como observado, a capacidade do governo brasileiro em conceder subsídios aos produtores rurais exauriu-se, e de forma adaptativa, o mercado reagiu oferecendo mecanismos de comercialização de safras que propiciam o financiamento da própria atividade produtiva. No Brasil tais mecanismos encontram-se a disposição na Bolsa Brasileira de Mercadorias. Entretanto, na cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul, as alternativas de comercialização oferecidas pela Bolsa não estão recebendo a receptividade esperada por parte dos agentes envolvidos nas transações.

O objetivo máximo do trabalho foi desvendar possíveis aspectos dificultadores aos negócios de arroz em casca na Bolsa Brasileira de Mercadorias, assim como também enumerar aspectos que possam consideravelmente alavancar as transações da commodity citada na Instituição. Partindo deste ponto, pode-se constatar que o trabalho alcançou êxito, uma vez que foram observados uma série de fatores que colaboram com o objetivo proposto. Ainda quanto à situação problemática levantada, e os objetivos propostos, o estudo aponta uma série de fatores, tanto teóricos quanto empíricos, para o possível afastamento de produtores e indústrias das negociações. Sendo assim, faz-se necessário nesta conclusão referenciar alguns destes indicativos.

Em um primeiro momento, cabe ressaltar aspectos extremamente relevantes a respeito da cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul, aspectos estes que não podem passar despercebidos uma vez que afetam direta e indiretamente o comportamento dos agentes envolvidos.

A cadeia produtiva de arroz do estado, assim como verificou-se no estudo, trata-se de uma atividade de importância vital para o Rio Grande do Sul. Se considerarmos apenas metade-sul do estado, tal cadeia configura-se como principal atividade econômica, constituindo-se em principal fonte de renda, empregos, o que também caracteriza sua importância quanto aos aspectos sociais. Os impactos ocorridos na referida cadeia geram conseqüências em todas as demais atividades econômicas. Esta observação mostra-se necessária para compreender alguns aspectos da economia gaúcha nos últimos anos. A cadeia produtiva de arroz no Estado, após anos de crescimento, mostra-se atualmente fragilizada. Diversos fatores colaboram para este quadro, e cabe aqui ressaltar alguns deles.

Há alguns anos o País possui auto-suficiência na produção de arroz. Entretanto, devido a acordos comerciais internacionais, o Brasil oferece condições

para entrada de arroz argentino e uruguaio em nosso mercado. Tal fato acaba por desregular o mercado interno, ocasionando excesso de oferta e conseqüentemente queda nos preços pagos ao produtor. Não bastasse, cabe ressaltar que o produto uruguaio e argentino é altamente subsidiado, fazendo com que o mesmo entre em nossas fronteiras com uma condição de preço inferior, tornando a competição ainda mais desleal. Ainda referente a concorrência, importante ressaltar que em um período recente pesquisas da Embrapa colaboram para o desenvolvimento de novas variedades de arroz cultivadas em regiões não alagadas (arroz sequeiro). Estas novas variedades estão sendo intensamente cultivadas na região centro-oeste do País. Mesmo ainda não possuindo as mesmas características do arroz cultivado no Rio Grande do Sul (rendimento, qualidade, produtividade, etc), a produção verificada nos estados da região citada também colabora para acirrar a concorrência, e conturbar o mercado dos produtores gaúchos. Isto pelo fato de o arroz gaúcho depender de um grande montante financeiro devido aos custos de produção do arroz irrigado, o que não ocorre com o produto produzido em regiões secas.

A conseqüência da entrada de novos atores neste mercado ao qual o produtor gaúcho estava acostumado a atuar basicamente sozinho, atores estes com custos reduzidos tornando a competição desigual, ocasiona uma redução geral nos preços pagos ao produtor. Com certa freqüência observa-se produtores comercializando sua safra por valores abaixo do custo de produção. Para mensurar o acima exposto, temos que na safra 2004/2005, o preço médio pago por saco de cinqüenta quilos de arroz em casca no Rio Grande do Sul foi de R\$21,00 (vinte e um reais), enquanto o custo médio pela mesma saca estimado pelo IRGA esteve calculado em R\$30,00 (trinta reais). O resultado é um crescente endividamento dos produtores, situação a qual o governo tentou coibir ao limitar o acesso ao crédito agrícola (conforme elucidado na formulação da situação problemática do estudo).

Ao que percebe-se, após décadas de subsídios aos produtores, o Governo de forma brusca limitou sua participação no processo de regulação de mercado, deixando assim que as próprias forças de mercado e os agentes nele inseridos organizassem o mesmo. Tal posição é questionável, uma vez que o produtor não passou por uma fase de transição, não estando preparado para enfrentar a atual situação. Uma alternativa sugerida seria a intervenção do governo na regulação do mercado, ao menos equalizando as condições de competição do arroz advindo do exterior. Esta situação deveria ser mantida no mínimo até o produtor entender e adaptar-se ao processo de transformação ao qual ele foi submetido.

Por outro lado, através da análise realizada, observa-se que não somente fragilidades compõem o cenário do arroz em casca gaúcho. De forma muito clara, percebe-se que o produtor de arroz no Rio Grande do Sul, bem como o parque industrial de transformação do produto, possuem alto avanço tecnológico.

Dado a excelência em produção e qualidade do produto produzido no Rio Grande do Sul, e a perspectiva de aumento mundial do consumo do cereal, conclui-se que através de uma readequação a realidade, e alguns ajustes em ferramentas relacionadas à gestão do negócio, o cenário futuro para o setor possa ser favorável.

Dentre os aspectos relacionados à gestão do negócio aos quais os agentes da cadeia produtiva de arroz do Rio Grande do Sul possuem necessidade de mudança, encontramos a questão chave deste estudo: a comercialização e conseqüente financiamento da atividade produtiva. Sob esta ótica, o presente trabalho oferece algumas contribuições.

Relevante contribuição aborda a questão comportamental. O estudo buscou apoio na teoria de Pereira e Fonseca (1997), a fim de identificar possíveis posturas facilitadoras e posturas dificultadoras no que se refere às mudanças. Mesmo havendo uma opinião consolidada entre os agentes entrevistados de que os atores

envolvidos nas transações na Bolsa de Mercadorias, e principalmente os produtores, apresentariam entraves para adaptar-se às mudanças, o estudo apontou características que demonstram exatamente o contrário. Quando questionados sobre a possibilidade de comercializar seu produto na Bolsa de Mercadorias, 82% dos produtores manifestaram-se positivamente. Quanto às indústrias, a receptividade foi de 100%. Esta questão aponta claramente uma postura facilitadora por parte dos agentes. Entretanto, mesmo com esta condição favorável, observou-se ocorrências significativas de produtores mencionarem que “possuem medo ou receio do desconhecido” nas entrevistas abertas. De certa forma, isto implica em uma postura dificultadora conforme teoria dos autores supra citados.

Em uma análise sucinta, e sob a luz da adaptação da teoria de Pereira e Fonseca (1997) para a realidade estudada, os fatores comportamentais observados apontam para uma incidência maior de posturas facilitadoras, e não dificultadoras, no que diz respeito à mudança no paradigma de comercialização de arroz em casca no Estado. Esta situação averiguada confronta-se com a opinião da Bolsa Brasileira de mercadorias, grande órgão interessado, uma vez que na entrevista com a Instituição um dos principais fatores apontados para a restrição aos negócios foi a pouca receptividade, ou até mesmo falta de cultura e conhecimento dos agentes envolvidos. Conforme relatado, a Bolsa Brasileira de Mercadoria julga haver fatores comportamentais e culturais que afastam principalmente os produtores das negociações por ela promovidas. O estudo aponta que a questão comportamental não é definitivamente o que restringe o volume de negócios na Instituição.

Tendo evidenciado-se com amparo teórico a falta de sustentação de que fatores comportamentais dos agentes constituíam-se no principal entrave para as negociações na Bolsa, surge o trabalho com algumas contribuições através de análise empírica para a compreensão do fenômeno.

A partir da constatação dos resultados, observou-se que antes de qualquer aspecto comportamental com referência a transação de arroz via bolsa de mercadorias, há uma carência de estrutura aos produtores, a qual acaba por restringir seu universo de atuação. Em termos determinísticos, pode-se afirmar que o produtor de arroz no Rio Grande do Sul possui uma grande carência logística. Como observa-se, o produtor possui competência para produzir o cereal, fruto talvez dos anos de incentivo por parte do governo para aumento de produção, entretanto outros aspectos não lhe são favoráveis. Os produtores não possuem estrutura de armazenamento, da mesma forma que não possuem veículos para transporte do produto. Como estamos falando de um produto sazonal, com safra restrita a poucos meses de um ano, a estrutura de escoamento e armazenagem do produto no Estado é deficitária. Em épocas de safra são gerados gargalos de produção. Como o produtor precisa escoar sua produção por não possuir capacidade de armazenamento, a comercialização acaba sendo direcionada a agroindústrias próximas, ou que disponibilizem formas de escoamento. Sendo assim, constata-se que um dos principais fatores na hora da escolha do comprador de seu produto acaba sendo fatores geográficos (proximidade). Esta é uma constatação implícita no estudo, uma vez que fatores explícitos apontados na pesquisa indicam que produtores optam por compradores que paguem o melhor preço. Tal fato encontra demonstração a tendência de comportamento oportunístico entre os agentes, tal como havia sido previsto na teoria da Economia dos Custos de Transação.

Há ainda outros pontos relevantes neste cenário, que fazem com que a estrutura das relações comerciais permaneça inalterada. Além de fatores logísticos já mencionados, observou-se outra questão de ordem econômica e fundamental para o entendimento dos entraves existentes. Como observou-se, 92% dos produtores utilizam recursos de terceiros na execução de sua atividade produtiva. E

neste quesito as indústrias possuem papel fundamental. Em muitos casos constatou-se que, quando não são a própria fonte financiadora, as indústrias avaliam crédito de produtores junto a instituições financeiras. Este fato, mesmo que de forma intrínseca, fideliza o produtor a referida indústria no momento de comercialização de sua safra.

Por parte das indústrias, observa-se que não há o hábito de recorrer a Bolsa de Mercadorias devido a inconstância de oferta. A Instituição não possui regularidade no que diz respeito às ofertas ao mercado, o que afasta os compradores. Há um consenso geral e equivocado no mercado de que a Bolsa de Mercadorias é um órgão de comercialização de lotes do Governo. Esta idéia difusa acaba por afastar produtores e indústrias da instituição.

De forma geral, conclui-se que a Bolsa de Mercadorias, juntamente com os agentes interessados, deve buscar um caminho de esclarecimento de suas atividades junto aos potenciais compradores e vendedores. Em um mercado em expansão, e com necessidade de profissionalização urgente como é o caso do setor arrozeiro gaúcho, os atores envolvidos carecem de alternativas viáveis de comercialização e financiamento, alternativas estas que a Bolsa oferece. Fato importante ainda ressaltar é a garantia existente nas operações realizadas por esta instituição. Por ambas as partes entrevistadas constatou-se que, estando a Bolsa buscando aumento de participação em um mercado onde comportamentos oportunistas ocorrem, e quebra de contratos são parte da rotina destes atores, caberia a instituição fazer um forte trabalho de divulgação da garantia de suas operações. A questão credibilidade passa a ser um relevante aspecto facilitador a alavancagem dos negócios de arroz da Bolsa.

Por fim, através da construção de um referencial teórico, uma pesquisa aplicada, e uma análise de resultados colhidos, e tendo em vista os objetivos

propostos, fica aqui a contribuição para o aumento de competitividade do setor arrozeiro gaúcho, e conseqüente aumento no volume de transações de arroz em casca na Bolsa Brasileira de Mercadorias.

6.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A principal limitação do estudo foi a grande diversidade e número de produtores e indústrias no Estado do Rio Grande do Sul. O perfil dos produtores e indústrias é heterogêneo, o que dificultou a definição de um perfil padronizado. Além disso, a população de produtores e agroindústrias em grande número, bem como a área territorial de atuação destes, limitou o estudo a utilizar uma amostra não probabilística, por conveniência e dirigida.

Quanto a busca de fontes, como havia sido previsto o número de publicações avaliando questões comportamentais no agronegócio é relativamente baixa.

6.3 SUGESTÕES PARA NOVAS PESQUISAS

Com o desenvolvimento do trabalho, a medida que os dados foram recolhidos e analisados, novas oportunidades de estudos surgem. Entre as sugestões encontradas estão: a) qual melhor forma de aproximar a Bolsa de Mercadorias dos agentes envolvidos nas transações, a fim de romper com essa resistência aos negócios na instituição; b) análise comparativa de modelo comportamental dos produtores de arroz frente aos produtores de outras commodities, mensurando se há correlação com o volume de produto comercializado em Bolsa; c) análise da interdependência de produtores e agroindústrias no que se refere a capacidade de armazenamento e transporte das safras, e a correlação com a comercialização do

grão; e d) revelando-se o arrendatário um relevante agente na cadeia analisada, sugere-se um estudo para avaliar se há uma forma homogênea de gerir o negócio por parte deste agente, se estas práticas diferem dos produtores proprietários de suas terras, e se as diferenças encontradas resultam em algum impacto na cadeia produtiva de arroz no RS.

REFERÊNCIAS

- ADIZES, Ichak. **É preciso mudar antes**. HSM Management, n.11, p.64-68, nov./dez. 1988.
- AMATO, G. W., CARVALHO, J. L.; SILVEIRA, Fº. S. **Arroz Parboilizado: Tecnologia Limpa, Produto Nobre**. Porto Alegre: Ricardo Lenz, 2002.
- ANUÁRIO BRASILEIRO DO ARROZ. Santa Cruz do Sul: Gazeta Grupo de Comunicações, 2000.
- ARGYRIS, Chris. **Enfrentando Defesas Empresariais: facilitando o aprendizado organizacional**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: UFSC, 1994.
- BATALHA, Mário Otávio (Coord.); GRUPO DE ESTUDOS E PESQUISAS AGROINDUSTRIAIS. **Gestão Agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997.
- BATALHA, M.O.; SILVA, A.L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições e correntes metodológicas. In: BATALHA, M.O. (Org). **Gestão Agroindustrial**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- BINOTTO, Erlaine. **Os fatores comportamentais dos gestores das propriedades rurais na adoção das mudanças tecnológicas na produção da aveia branca no Rio Grande do Sul**. 2000. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.
- BOLSA DE MERCADORIAS DO RIO GRANDE DO SUL. **A Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul e seus Mercados de Atuação**. Porto Alegre, 1998.

BOYD, H. W. et al. **Marketing Research** – Text and Cases. 7.ed. Homewwod: R.D. Irwin, 1989.

DAVIS, J. H., GOLDBERG, R. A. **A conception of Agribusiness**. Division of Research. Graduate School of Business Administration. Boston: Harvard University, 1957.

FARINA, M. Q.; AZEVEDO, P. F. **Competitividade**: Mercado, Estados e Organizações. São Paulo: Singular, 1997.

FERGUSON, P. R.; FERGUSON, G. J. **Industrial Economics**: Issues and Perspectives. London: The Macmillan Press, 1994.

FERREIRA, A; HOSITA, N. **A História do Mercado Futuro no Brasil**. São Paulo: BM&F, 1996.

FONTE, L.A. M. et. al. **Estudo da Cadeia Produtiva do Leite no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: FEPAGRO, 1998. (FEPAGRO. Cadeias Produtivas, n.3).

HULL, J. **Introdução aos Mercados Futuros e de Opções**. São Paulo: BM&F, 1996.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

KOTTER, John P. **Liderando Mudança**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

LEMOS, Ângela C. **A Produção mais Limpa como Geradora de Inovação e Competitividade**. 1998. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

LUDWIG, Vanelli S. **A Agroindústria Processadora de Arroz**: um Estudo das Principais Características Organizacionais e Estratégicas das Empresas Líderes Gaúchas. 2004. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

MARCH, J.G.; SIMON, H.A. **Teoria das Organizações**. Rio de Janeiro: FGV, 1970.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.

MORVAN, Y. **Filière de Production, in Fondaments d’Economie Industrielle**. Paris: Economica, 1988.

MOTTA, Paulo Roberto. **Transformação Organizacional**: a Teoria e a Prática de Inovar. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

NUNES, Otacílio S. **Mercados Futuros e de Opções**: Causas Para os Pequenos Volumes de Negócios Utilizando Contratos de Opção. 1999. Dissertação (Especialização em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1999.

- PEDROZO, Eugênio Ávila. **O Sistema Integrado Agronegocial Micro - “Meso” - Macro Analítico**: uma Visão Interdisciplinar, Processual e de Aprendizagem. Porto Alegre: CEPAN - Centro Interdisciplinar de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, 1999.
- PEREIRA, Maria J. L. Bretãs; FONSECA, João G. M. **Faces da Decisão**: as Mudanças de Paradigmas e o Poder de Decisão. São Paulo: Makron Books, 1997.
- PEREIRA, Maria J. L. Bretãs. **Mudanças nas Instituições**. São Paulo: Nobel, 1988.
- PORTO JÚNIOR, Sabino S. **Tipificação dos Produtores de Arroz do Rio Grande do Sul**. Dissertação (Mestrado em Economia Rural). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1995.
- RIES, Leandro R.; ANTUNES, L. M. **Comercialização Agropecuária**: Mercado Futuro e de Opções. Guaíba: Agropecuária, 2000.
- SANDRONI, Paulo. **Novíssimo Dicionário de Economia**. São Paulo: Best Seller, 1999.
- SCHOUCHANA, Félix. **Introdução aos Mercados Futuros e de Opções Agropecuários**. São Paulo: BM&F, 1997.
- SIMON, Herbert A. **Comportamento Administrativo**: Estudo dos Processos Decisórios nas Organizações Administrativas. 2.ed. Rio de Janeiro: FGV, 1970.
- STÜLP, V.; MATTUELA, J. **A Cadeia Agroindustrial do Arroz**: Relatório 530274/93-0 CNPQ. Porto Alegre, 1993.
- TOFLER, Alvin. **O choque do futuro**. Rio de Janeiro: Artenova, 1973.
- WEBSTER'S ENCYCLOPED DICTONARY. New York: Lexicon, 1989.
- WILLIAMSON, O. E. **The Mechanisms of Governance and Management**. Oxford: Free Press, 1996.
- ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. (Coords.). **Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.

APÊNDICE A – Questionário para Agroindústria

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS
CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM AGRONEGÓCIOS

Esta pesquisa está sendo desenvolvida pelo aluno mestrando **Tiago Costa Santos**, sob orientação do Professor Dr. Antônio Domingos Padula, como pré-requisito para a sua titulação de mestre em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios. O objetivo da mesma é identificar fatores que conduzem os agentes envolvidos no mercado do arroz em casca gaúcho a realizarem ou não negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias.

Solicito a Vossa Senhoria que responda às questões a seguir tomando como base seu atual processo de compra/venda da commodity arroz em casca.

QUESTIONÁRIO: AGROINDÚSTRIA

- **Questões Fechadas**

I – IDENTIFICAÇÃO

1. Qual a região (localização) que exerce sua atividade produtiva?

2. Qual é a quantidade (tonelada/mês) de arroz beneficiado nesta sua unidade de produção?

- () até 2500 ton/mês
() de 2501 à 7500 ton/mês
() mais de 7500 ton/mês

3. Qual seu nível de escolaridade?

- () Primeiro Grau
() Segundo Grau
() Terceiro Grau
() Pós-Graduação

4. Qual o principal mercado consumidor de seu produto?

- Rio Grande do Sul
- Sul do País
- Sudeste do País
- Outros: _____

II. COMERCIALIZAÇÃO

5. Como geralmente (maior frequência) você compra o insumo-base de seu processo produtivo (arroz em casca)?

- Sempre dos mesmos produtores (parcerias)
- Compro de quem oferecer o melhor benefício no momento (mercado)
- Compro o produto na Bolsa de Mercadorias do RS (BMRS)
- Outro: _____

6. Qual o principal fator considerado por sua empresa na hora da compra do produto arroz em casca?

- Preço pago pelo produto
- Grau de confiabilidade no produtor
- Prazo p/ pagamento
- Qualidade do produto
- Outro: _____

7. Você conhece os mecanismos de comercialização da Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul?

- Sim
- Não
- Em parte

8. Você já efetuou negócios na instituição citada na questão anterior?

- Sim – neste caso favor responder questões 8.1 e 8.2
- Não – neste caso favor responder questão 8.3

8.1 Qual tipo de negócio que você já efetuou na BMRS?

8.2 Qual foi seu grau de satisfação na realização de negócios via BMRS?

- insatisfeito
- pouco satisfeito
- satisfeito
- muito satisfeito
- plenamente satisfeito

8.3 Você estaria disposto a realizar negócios na instituição?

- indisposto
- pouco disposto
- disposto
- muito disposto
- plenamente disposto

• **Questões Abertas**

9. Em sua opinião, o que leva as agroindústrias a procurarem outras alternativas que não a Bolsa Brasileira de Mercadorias?

10. Qual o tipo de ação deveria ser tomada a fim de aumentar o volume de negócios realizados via Bolsa de Mercadorias no mercado de arroz em casca gaúcho?

APÊNDICE B – Questionário para Produtor Rural

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS
CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM AGRONEGÓCIOS

Esta pesquisa está sendo desenvolvida pelo aluno mestrando **Tiago Costa Santos**, sob orientação do Professor Dr. Antônio Domingos Padula, como pré-requisito para a sua titulação de mestre em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios. O objetivo da mesma é identificar fatores que conduzem os agentes envolvidos no mercado do arroz em casca gaúcho a realizarem ou não negócios na Bolsa Brasileira de Mercadorias.

Solicito a Vossa Senhoria que responda às questões a seguir tomando como base seu atual processo de compra/venda da commodity arroz em casca.

QUESTIONÁRIO: **PRODUTOR**

- **Questões Fechadas**

I – IDENTIFICAÇÃO

1. Qual a região (localização) que exerce sua atividade produtiva?

2. Qual é a área média plantada em sua atividade produtiva (somente arroz)?

() até 200 hectares - Pequeno

() 201 à 600 hectares - Médio

() mais de 600 hectares - Grande

3. Qual seu nível de escolaridade?

() Primeiro Grau

() Segundo Grau

() Terceiro Grau

() Pós-Graduação

4. Em sua atividade, os recursos financeiros são:

- Próprios
- Parte próprios, parte de terceiros
- De Terceiros

5. A terra em que executa sua atividade é:

- De sua propriedade
- Arrendada
- Outro _____

II. COMERCIALIZAÇÃO

6. Como geralmente você comercializa seu produto (arroz em casca)?

- Sempre ao mesmo engenho beneficiador (agroindústria)
- Vende a quem oferecer o melhor benefício no momento (mercado)
- Comercializa o produto na Bolsa de Mercadorias do RS (BMRS)
- Outro: _____

7. Qual o principal fator considerado na hora de comercializar seu produto?

- Preço pago pelo produto
- Grau de confiabilidade no comprador
- Prazo de recebimento do pagamento
- Outro: _____

8. Você conhece os mecanismos de comercialização da Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul?

- Sim
- Não
- Em parte

9. Você já efetuou negócios na instituição citada na questão anterior?

- Sim – neste caso favor responder questões 8.1 e 8.2
- Não – neste caso favor responder questão 8.3

9.1 Qual tipo de negócio que você já efetuou na BMRS?

9.2 Qual foi seu grau de satisfação na realização de negócios via BMRS?

- insatisfeito
- pouco satisfeito
- satisfeito
- muito satisfeito
- plenamente satisfeito

9.3 Você estaria disposto a realizar negócios na instituição?

- indisposto
- pouco disposto
- disposto
- muito disposto
- plenamente disposto

• **Questões Abertas**

10. Em sua opinião, o que leva os produtores a procurarem outras alternativas que não a Bolsa de Mercadorias do Rio Grande do Sul?

11. Qual tipo de ação deveria ser tomada a fim de aumentar o volume de negócios realizados via Bolsa de Mercadorias no mercado de arroz em casca gaúcho?