

Assimetria de relacionamentos na cadeia apícola do Rio Grande do Sul

Relationship asymmetry in the beekeeping chain in Rio Grande do Sul

Letícia Lengler*
Régis Rathmann**

Resumo

Apesar de o Brasil ter um grande potencial para a apicultura, este ainda não é explorado, principalmente quando se leva em conta a propícia flora e fauna do país para a atividade. Os apicultores vêm enfrentando problemas não com a produção de mel, mas com sua comercialização. Afinal, o que falta para nossos produtores? Que estratégias eles precisam adotar para que possam ter maior competitividade? Considerando essas questões, o artigo pretende verificar, mediante o desenho da cadeia apícola do Rio Grande do Sul, como se dão os relacionamentos entre os atores envolvidos na produção de mel. Ainda, procurou-se mostrar como se classificam os relacionamentos horizontais entre os elos da cadeia desenhada, bem como identificar gargalos, comportamentos oportunistas e assimetrias relacionais. Pode-se afirmar, mediante a resposta aos objetivos, que a competitividade do mel está associada a uma melhor coordenação dos atores envolvidos nessa cadeia. A falta de um comportamento conjunto, exemplificado pela diversidade de relacionamentos horizontais apresentados pelos atores da cadeia apícola do Rio Grande do Sul, parece ser uma causa relevante dos problemas pelos quais passa o setor.

Palavras-chave: apicultura; estratégia; coopetição.

Abstract

Even though Brazil has a great potential for beekeeping, this activity isn't well explored yet, especially if the proper fauna and flora of the country for this activity is taken into account. However the beekeepers have been facing problems regarding its commerce and not its production. After all, what is missing to our producers? What strategies do they need to adopt to be more competitive? For that purpose, through the Rio Grande do Sul beekeeping chain sketching, it's the objective of this article to verify how the relationships among the actors involved in the honey production occur. It was intended still to describe how the horizontal relationships among the industry chain are classified, as well as, to identify the bottlenecks, opportunistic behaviors, and relational asymmetries. From the information gathered, it's possible to assure, that honey competitiveness is related to a better coordination of the involved actors in this chain. The relevant cause of the problems for which the sector faces seems to be the missing group behavior, exemplified by horizontal relationships diversity presented by the beekeeping chain of RS.

Key words: beekeeping industry; strategy; competition.

* Administradora de Empresas Graduada pela Universidade Federal de Santa Maria e mestranda em Agronegócios pelo CEPAN/UFRGS. llenglerwold@yahoo.com

** Economista Graduated pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e mestrando em Agronegócios pelo CEPAN/UFRGS. rrathmann@ea.ufrgs.br

Introdução

O aparecimento das abelhas na Terra, segundo a Embrapa Meio-Norte (2003), é datado de mais de 20 milhões de anos, anteriores até mesmo ao surgimento do homem, que só ocorreu há mais de 2 milhões de anos. Já a extração do mel pelo homem data de aproximadamente 2.400 anos a.C., quando os egípcios começaram a colocar as abelhas em potes de barro. Porém, essa retirada do mel era ainda muito similar à “caçada” primitiva, pois não havia as técnicas de manejo que hoje são utilizadas, desenvolvidas somente a partir do século XIX.

O mel de abelhas possui múltiplos usos e aplicações. Segundo Wiese *et al.* (1985), ele pode ser usado na culinária, nas fábricas de balas, doces e licores, nas farmácias e laboratórios, entre outros. A cera, que serve para proteger o mel nos favos, também tem suas aplicações, como o seu uso pela indústria de cosméticos.

Conforme a FAOSTAT (2006), o Brasil é, atualmente, o décimo quinto maior produtor de mel no mundo. Entretanto, ainda existe um grande potencial apícola, de flora e clima, não explorado, bem como possibilidades de se maximizar a produção, incrementando o agronegócio apícola. Adicionalmente, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2003), o consumo médio de mel no Brasil é de 61 gramas per capita. No Rio Grande do Sul esse consumo é 7 vezes maior, ou seja, de aproximadamente 430 gramas, determinando o *status* de primeiro estado em consumo e produção de mel no país.

O mel produzido no Rio Grande do Sul é reconhecido internacionalmente como um produto de qualidade. Apesar disso, os apicultores vêm enfrentando problemas com a comercialização de mel. O consumo interno é baixo e a inserção internacional sofre com embargos e barreiras sanitárias. Afinal, o que falta para nossos produtores? Que estratégias eles precisam adotar para que possam ter maior competitividade, tanto interna quanto externa?

Em virtude dessa situação, alguns dos maiores produtores de mel no Rio Grande do Sul adotaram a estratégia de inserção no mercado internacional, sendo possível observar preços abaixo de seus custos de produção. No entanto, essa postura não foi adotada pela totalidade dos produtores, o que demonstra haver tanto oportunismo por parte de alguns produtores quanto a ausência de uma estratégia conjunta para o setor.

Comportamentos oportunistas são definidos por Williansom (1996), sendo tal análise necessária para se compreender o fenômeno de transações assimétricas. Entende-se oportunismo como a postura em que os agentes não apenas buscam atender ao próprio interesse, mas podem fazê-lo ferindo códigos de ética e rompendo contratos já firmados a fim de se apropriar de rendas associadas àquela transação.

Assim, este artigo visa, mediante o desenho da cadeia apícola do Rio Grande do Sul, verificar como se dão os relacionamentos entre os atores envolvidos na produção de mel desse Estado. Pretende-se, ainda, mostrar como se classificam os relacionamentos horizontais entre os elos da cadeia desenhada, bem como identificar gargalos, comportamentos oportunistas e assimetrias relacionais. Busca-se, com a resposta a esses objetivos, verificar se os comportamentos observados são causadores dos problemas enfrentados pelo setor.

Para atender a esses objetivos a pesquisa utilizou-se tanto de dados obtidos na visita técnica à AGA/RS, quanto de informações colhidas mediante a realização de um seminário de debates sobre apicultura, no mês de junho de 2006, envolvendo representantes da Associação em foco, da Federação de Apicultores do Rio Grande do Sul e especialistas da área. Para a análise dos resultados foram utilizados os referenciais teóricos da Análise de *Filières*, Teoria Relacional de Atores em Redes e *Efficiency Consumer Response* (ECR).

1 Referencial teórico

1.1 Análise de *filières*

Este corpo analítico foi originalmente desenvolvido pela Escola Francesa de Economia Industrial, e embora o conceito de *filière* não tenha sido criado para o estudo do problema agroindustrial, foi entre os economistas agrícolas que encontrou maior aceitação. Traduzido para o setor agroindustrial como “cadeia de produção agroindustrial”, nota-se, na revisão teórica, uma diversidade de definições.

Segundo Morvan (1985), nessa escola define-se cadeia como uma seqüência de operações que conduzem à produção de bens, a qual pode ser definida pelas estratégias dos agentes que buscam a maximização dos seus lucros. Essas relações entre os mais diversos agentes podem ser de interdependência ou complementaridade, sendo determinadas por forças hierárquicas.

Morvan (1985) enumera três elementos que estariam ligados a uma visão em termos da cadeia de produção agroindustrial (CPA):

1. CPA é uma sucessão de operações de transformação dissociáveis, capazes de ser separadas e ligadas entre si por um encadeamento técnico;
2. também é um conjunto de relações comerciais/financeiras que estabelecem, entre todos os estados de transformação, um fluxo de troca, situado de montante a jusante, entre fornecedores e clientes;
3. além disso, a CPA é um conjunto de ações econômicas que presidem a valoração dos meios de produção e asseguram a articulação das operações.

A noção de *filière* pode ser empregada para várias situações. Pode ser utilizada como um instrumento de análise técnico-econômica das estruturas de produção (capital e trabalho), levando em consideração as tecnologias, o produto e o mercado, pois o estado e a

dinâmica da *filière* são dependentes do funcionamento desse tripé. Outra aplicação do conceito está na segmentação do sistema produtivo, quando se deseja conhecer as relações de interdependência, a exemplo das relações de causalidade.

O conceito de *filière* pode ser empregado ainda como método de análise da estratégia das empresas (comportamento), privilegiando o papel dos atores. Esse emprego torna-se cada vez mais importante, à medida que, com a emergência de grandes grupos industriais, a capacidade concorrencial das unidades econômicas se baseia no desenvolvimento de estratégias mais complexas, como as “estratégias de *filière*”.

Conforme o Centro de Estudos Aplicados do Grupo Escola Superior de Comércio de Nantes (1985), para a análise de *filière* ser inovadora ela deve trazer informações sobre os pontos sensíveis do sistema a ser estudado, chamados de “nós da *filière*”, e pontos de fraqueza (estrangulamentos). Os “nós da *filière*” tratam-se da desagregação da estrutura socioeconômica da cadeia para se encontrar os pontos-chaves onde se estabelece a política conjunta. Existe, na *filière*, um certo número de inter-relacionamentos privilegiados, que condicionam o conjunto dos comportamentos a montante e a jusante, os quais encontram-se no ponto de encontro de ligações (choque ou negociação). A idéia de “nó” visa contrariar a idéia de etapa, mostrando o conjunto das relações técnico-sócio-econômicas.

Já nos pontos de fraqueza, ou estrangulamentos, são representadas aquelas partes que não atendem corretamente ao seu papel, ignorando os processos que ocorrem a montante e a jusante. Mais do que demonstrar somente fraquezas materiais de produção ou escoamento, busca-se mostrar também os estrangulamentos financeiros, bem como estrangulamentos de informação (o agricultor é sempre o último a saber sobre uma determinada sanção).

Batalha (1997) efetua uma adaptação à problemática do sistema agroindustrial, de forma a permitir,

por meio de cortes verticais, sua segmentação e o entendimento da ação estratégica da empresa. Assim, a cadeia de produção agroindustrial apresenta variações, segundo o tipo de produto e o objetivo de análise, podendo ser segmentada, de jusante a montante, em três macrosssegmentos:

1. Comercialização: representa o elo mais a jusante da cadeia, onde as empresas estão em contato com o cliente final da cadeia de produção, viabilizando o consumo e o comércio dos produtos finais;
2. Industrialização: elo intermediário que representa as organizações responsáveis pela transformação das matérias-primas em produtos finais destinados ao consumidor;
3. Produção de matérias-primas: localizado a montante, representa as organizações fornecedoras das matérias-primas iniciais para que as outras organizações continuem o processo de produção do produto final.

Apesar de não considerar os fornecedores de insumos, essa macrosssegmentação permite uma visão sistêmica da cadeia produtiva em questão, o que possibilita que seja verificada a existência ou não de eventuais “gargalos” mediante a análise das entrevistas executadas na pesquisa de campo.

Segundo Batalha (1997), essa visão teórica tem como ponto de partida o produto final disponível ao consumidor, para então, de jusante a montante, verificar as etapas que deram origem a esse produto, motivo pelo qual a macrosssegmentação parte da etapa de realização produtiva, no caso a comercialização.

Por fim, cabe citar a relação necessária entre a estratégia da empresa individual e a estratégia do sistema e sua interdependência. Logo, devem ser desenvolvidos mecanismos de coordenação pelos agentes integrantes. Assim, o sucesso de uma empresa é o resultado das estratégias definidas para ela, individualmente, e das estratégias do sistema que podem induzir superior performance das empresas dentro dele mesmo, as quais

devem contemplar a inserção tecnológica, variável determinante na mudança qualitativa.

No presente artigo essa abordagem será utilizada, inicialmente, para a determinação e desenho da cadeia produtiva apícola do Rio Grande do Sul. Posteriormente, com base nessa estruturação, serão analisados tanto os chamados “nós da *filière*” quanto os eventuais pontos de estrangulamento, de forma que se possa definir cada relação entre os agentes que constituem a cadeia. Pretende-se, com isso, criar as informações necessárias para a avaliação dos relacionamentos horizontais entre os elos que constituem o segmento produtivo apícola do Rio Grande do Sul.

1.2 Relacionamentos entre atores nas cadeias produtivas

Os mais diversos estudos de redes, ou de cadeias produtivas, têm como objetivo analisar, sob a ótica de relacionamentos verticais, como se dão as interações entre os atores. Ainda, podem servir para se construir uma análise integrada dos eventuais gargalos relacionais, ou mesmo mostrar as diferentes naturezas das relações de mercado.

Conforme Bengtsson e Kock (1999), relacionamentos cooperativos entre atores verticais (por exemplo, vendedores e compradores) são mais fáceis de compreender, pelo fato de serem construídos sobre uma distribuição de atividades e recursos em uma cadeia de suprimentos. Contudo, relacionamentos horizontais são mais informais e invisíveis. Frequentemente, relacionamentos verticais são compostos por trocas econômicas, sendo raros os casos dos relacionamentos horizontais que possuem principalmente trocas de cunho social (humano) e de informação. Embora as diferenças sejam significativas, relacionamentos horizontais podem ser tão importantes quanto relacionamentos verticais, dependendo do foco da empresa quando desenvolve atividades no contexto de uma rede.

De acordo com os mesmos autores, dois tipos de estudos têm incluído o impacto dos relacionamentos entre atores de nível horizontal. Por um lado, foca-se a cooperação entre competidores; por outro, alguns estudos centram-se na análise de como ocorre o relacionamento entre comprador e vendedor, e de como eles podem ser influenciados por uma terceira parte, normalmente outro vendedor ou comprador.

Segundo Caves e Porter (1977), diferentes tipos de comportamento podem ser esperados entre os competidores, que vão desde o conflito e competição até a cooperação e harmonia.

Para Bengtsson e Kock (1999), em geral podem ser encontrados quatro tipos de relacionamentos horizontais entre atores de uma cadeia produtiva: coexistência, cooperação, competição e coopetição. Assim, pretende-se analisar, individualmente, os tipos de relacionamento entre os atores da cadeia produtiva apícola do Rio Grande do Sul, de forma a buscar conhecer os “gargalos” presentes no setor.

Entende-se como relação de **coexistência**, conforme esses últimos autores, aquela que não inclui essencialmente troca econômica, mas também trocas sociais e de informação. Nessa relação, contratos não estão presentes e os competidores normalmente sabem um sobre o outro, mas sem interagir. A coordenação é executada pelo ator que detém a posição dominante. As regras são informais e fortes, não se aceitando contestação, e os objetivos dos competidores são estipulados independentemente.

Na relação de **competição** ocorrem atos de ação-reação, em que um competidor segue o outro. Assim, se um deles lança uma nova linha de produto, o outro corre e imita-o. Neste caso, a força está distribuída equilibradamente entre os competidores, e a regulação está baseada em regras informais. Também nesta os competidores miram seus objetivos independentemente, isto é, estipulam esses objetivos sem qualquer vinculação a terceiros.

Na **cooperação** as trocas são freqüentes e abrangem negócios e trocas sociais de informação. Inúmeros tipos de contrato podem surgir, porém contratos sociais, de

conhecimento e econômicos são os mais freqüentes. Pode haver acordos formais se os atores possuem uma aliança estratégica ou uma parceria, sendo os acordos informais construídos com base em normas sociais e confiança. Por fim, cabe mencionar que, neste caso, os competidores possuem objetivos comuns.

Finalmente, na **coopetição** estão presentes tanto trocas econômicas como não-econômicas. A relação de poder no lado cooperativo do relacionamento está baseada em aspectos funcionais em conformidade com a cadeia de valor, enquanto no lado competitivo o poder baseia-se na posição e na força do ator. Quando há cooperação, a dependência é estipulada por meio de acordos formais, ou com base na confiança, porém quando os atores competem a dependência é relacionada com a força e posição do ator na cadeia. Conflitos são raros em cooperação, uma vez que os competidores vivem em harmonia, mas, quando em competição, eles surgem freqüentemente. Também existem normas quando há cooperação, baseadas particularmente em acordos informais. Neste tipo de relacionamento as metas são estipuladas quando os competidores cooperam.

A partir da descrição dos quatro tipos de relacionamento mencionados anteriormente, os quais podem ocorrer separadamente, ou simultaneamente, em uma cadeia (figura 1), procurar-se-á aplicar essas definições ao presente estudo de caso. Tem-se como intenção retratar o relacionamento entre os atores da cadeia produtiva do mel do Rio Grande do Sul, o qual será demonstrado nos resultados deste estudo.

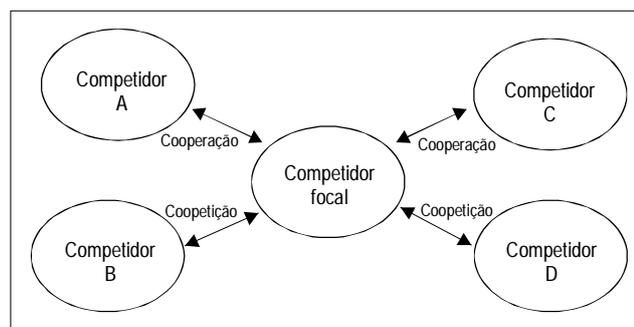


FIGURA 1 - RELACIONAMENTOS ENTRE ATORES
 FONTE: Bengtsson, M.; Kock, S. (1999, p.32)

1.2.1 A cooperação e a *Efficiency Consumer Response* (ECR)

Quando se fala em estratégia de uma cadeia produtiva, geralmente se pensa ou em competição, ou no desenvolvimento de uma vantagem competitiva. Normalmente os atores que constituem uma cadeia produtiva atuam baseados nas formas tradicionais de competição.

No entanto, segundo Kotzab e Teller (2003), a cooperação se faz necessária também nessas relações, especialmente se estiver constituída sob um produto agrícola tradicional. Assim, esses autores discutem a cooperação, forma estratégica em que as empresas competem e colaboram ao mesmo tempo, baseadas em princípios da Teoria dos Jogos. Para que esta funcione, a cooperação e a competição devem ser minimizadas, atuando com menor rivalidade, e também com colaboração em menores proporções.

Assim, para Hoban (1993), a cooperação inclui relações de colaboração nas direções verticais e horizontais, onde o tradicional “ganha-perde” dá lugar ao “ganha-ganha”, situação que se conceitua na literatura como *Efficiency Consumer Response* (ECR). Esta pode ser compreendida como uma reengenharia orientada ao consumidor. Ou, mais que isso, como uma gestão estratégica de valor agregado para a cadeia de suprimentos, em que todos os parceiros desta podem ganhar em lucratividade, via “fazer mais com menos”.

Citando novamente Kotzab e Teller (2003), esses ganhos de lucratividade são obtidos mediante: a) manutenção de uma completa variedade de produtos desejados pelos clientes; b) constante elaboração de promoções, comunicando os benefícios e valores dos produtos ofertados ao consumidor; c) foco no desenvolvimento de novos produtos que atendam a uma demanda em constante mutação; e d) eficiente planejamento de movimentação de estoques.

Por fim, segundo Bengtsson e Kock (1999), competição e colaboração podem ocorrer simultaneamente, mesmo naquelas indústrias de atmosfera de competição muito intensa. Mais que isso, em geral a colaboração (cooperação) ocorre longe dos consumidores (logística), e a competição é mantida próxima dos consumidores (marketing).

2 Metodologia

Como se afirmou, o objetivo do artigo é o de, mediante o desenho da cadeia apícola do Rio Grande do Sul, verificar como se dão os relacionamentos entre os atores envolvidos na produção de mel. Busca-se também mostrar como se classificam os relacionamentos horizontais entre os elos da cadeia desenhada, bem como identificar gargalos, ou comportamentos oportunistas, e assimetrias relacionais.

Realizou-se uma pesquisa de caráter exploratório, tomando-se como método tanto a realização de entrevistas quanto a obtenção de informações mediante um seminário de debates sobre apicultura, realizado no mês de junho de 2006, com representantes de associações apícolas, da Federação de Apicultores do Rio Grande do Sul e especialistas da área.

Logo, trata-se de um estudo em que se empregou método comparativo, modalidade que, segundo Vergara (2000, p. 47), serve para expor as características de determinada população ou fenômeno, assim como para estabelecer correlações entre variáveis. Ainda, segundo o mesmo autor, consiste na investigação e explicação de fatos por semelhanças e diferenças, geralmente abordando objetos da mesma natureza.

3 A produção de mel no Brasil e no mundo

Conforme a FAO (2006), o Brasil é, atualmente, o décimo quinto maior produtor de mel. Contudo, ainda existe um grande potencial apícola (flora e clima) não explorado, bem como possibilidades de maximizar a produção, incrementando o agronegócio apícola. Para tanto, é necessário que o produtor possua conhecimentos sobre biologia das abelhas, técnicas de manejo e colheita do mel, pragas e doenças dos enxames, mercado e comercialização.

Ainda segundo a FAO (2006), a produção mundial de mel durante o ano de 2004 foi de

aproximadamente 1.306.000 toneladas, sendo a China o maior produtor (276 mil toneladas). A tabela 1 mostra a produção de mel nos continentes e em alguns países nos últimos anos, em que se observa a forte participação da China, com 21,12% da produção em 2004, seguida dos Estados Unidos e da Argentina, com 6,28% e 6,12%, respectivamente. O Brasil está na décima quinta posição, com 24.000 toneladas, representando 1,88% da produção mundial.

TABELA 1 - PRODUÇÃO MUNDIAL DE MEL - 2000-2004

PAÍS	PRODUÇÃO (mil t)					
	2000	2001	2002	2003	2004	% em 2004
China	251.839	254.358	267.830	273.300	276.000	21,12
Estados Unidos	99.945	84.335	77.890	82.144	82.000	6,28
Argentina	93.000	80.000	85.000	85.000	80.000	6,12
Turquia	61.091	60.190	74.555	75.000	75.000	5,74
México	58.935	59.069	58.890	55.840	55.840	4,27
Ucrânia	52.439	60.043	51.144	52.000	54.000	4,13
Índia	52.000	52.000	52.000	52.000	52.000	3,98
Rússia	53.922	52.659	49.400	50.000	52.000	3,98
Espanha	28.860	31.617	36.101	36.101	36.045	2,76
Canadá	31.857	35.388	37.072	33.566	35.000	2,68
Etiópia	29.000	29.000	29.000	29.000	29.000	2,22
Irã	25.260	26.600	28.045	29.000	29.000	2,22
Tanzânia	26.000	26.500	26.500	26.500	26.500	2,03
Coréia	17.741	22.040	25.500	25.500	25.500	1,95
Brasil	21.865	22.220	23.995	24.000	24.500	1,88
Outros	356.721	373.261	361.862	388.988	374.206	28,64
TOTAL	1.260.475	1.269.280	1.284.784	1.317.939	1.306.591	

FONTE: FAOSTAT (2006)

Na tabela 2, que traz a produção de mel nas regiões do Brasil e em alguns estados em 2003, tem-se que a Região Sul foi a principal produtora de mel no país, com 51,15%. A Região Nordeste vem na segunda posição, com 26,54% da produção. Com relação ao valor da produção, mais uma vez a Região Sul assume a primeira posição (48,59%).

Conforme Abreu (2006), quando se analisa o valor de comercialização internacional do mel verifica-se que o preço estava igual ao negociado após o retorno da China ao mercado internacional em 2002, com uma pequena diferença de US\$ 0,10 /kg. Tal valor pode ser considerado pequeno, levando-se em conta os altos estoques de mel que a China teve durante o período de crise, e que agora está procurando colocar no mercado, principalmente onde seu mercado é forte, a saber, na indústria.

TABELA 2 - QUANTIDADE PRODUZIDA E VALOR OBTIDO PELA PRODUÇÃO DE MEL NAS REGIÕES DO BRASIL E EM ALGUNS ESTADOS - 2003

GRANDES REGIÕES E UNIDADES DA FEDERAÇÃO	VOLUME		VALOR	
	kg	%	R\$	%
Norte	509.863,00	1,70	3.231.460,00	2,00
Rondonia	194.057,00	0,65	1.356.560,00	0,84
Nordeste	7.967.658,00	26,54	36.771.086,00	22,74
Piauí	3.146.358,00	10,48	13.460.912,00	8,33
Ceará	1.895.918,00	6,32	7.440.940,00	4,60
Bahia	1.418.628,00	4,73	7.725.144,00	4,78
Sudeste	5.335.856,00	17,77	36.537.025,00	22,60
Minas Gerais	2.194.385,00	7,31	13.247.260,00	8,19
São Paulo	2.454.301,00	8,17	17.430.808,00	10,78
Sul	15.357.099,00	51,15	78.560.104,00	48,59
Paraná	4.068.191,00	13,55	18.657.574,00	11,54
Santa Catarina	4.511.043,00	15,03	22.539.950,00	13,94
Rio Grande do Sul	6.777.865,00	22,58	37.362.580,00	23,11
Centro-Oeste	851.928,00	2,84	6.574.121,00	4,07
Mato Grosso do Sul	407.471,00	1,36	2.551.472,00	1,58
TOTAL	30.022.404,00		161.673.796,00	

FONTE: IBGE (2003)

Cabe ressaltar que a China sempre foi o maior produtor de mel do mundo e um grande exportador, porém em 2002 o mel chinês foi embargado, em função do não cumprimento de leis de sanidade. Assim, ao se analisar o mercado interno brasileiro, verifica-se que a crise da China forçou o preço para cima durante esse período, provocando uma diminuição no consumo interno.

Segundo Abreu (2006), em face do retorno da China ao mercado em 2004 – entrando com grandes volumes de mel, oferecendo principalmente para o consumo industrial, principal consumidor de mel – o preço internacional começa a cair e a influenciar no preço do mercado interno, gerando uma grande insatisfação ao apicultor brasileiro.

Em virtude de a China ser a maior produtora de mel do mundo, a crise enfrentada por ela acaba por se refletir no cenário de preços internacionais do produto, o qual mostra uma volatilidade de preços, gerando um quadro de instabilidade que pode trazer consequências negativas para os apicultores no Brasil.

3.1 A associação de apicultores

Os apicultores, além de exercerem a atividade apícola de forma isolada, sendo responsáveis pela própria produção, beneficiamento e comercialização, também

podem potencializar seus resultados, trabalhando coletivamente em benefício de metas comuns. As organizações coletivas, como cooperativas ou associações, visam trabalhar de forma a elevar consideravelmente a capacidade de competição e permanência do grupo no mercado globalizado, o que, de forma individual, torna-se mais difícil.

Como exemplo de associação apícola, observaram-se as instalações de uma Associação de Apicultores que possui cerca de 100 associados de uma determinada cidade gaúcha. Porém, destes apenas 50 estão em situação regular conforme estatuto interno. Caracteriza-se assim uma problemática, principalmente no que se refere à participação efetiva, tanto na tomada de decisão – como, por exemplo, em compras coletivas – quanto na cooperação com as atividades da Associação.

Essa associação conta com 2 funcionários responsáveis pelas atividades de recebimento, beneficiamento e envase de mel, atendendo às especificações exigidas pelo Ministério da Agricultura através do Selo de Inspeção Federal (SIF).

Possui capacidade de beneficiamento de 100 toneladas de mel ao ano, porém a média anual beneficiada é de 30 toneladas, visto que geralmente ocorrem 2 safras por ano, faltando gente especializada para que seja possível operar com capacidade total. A ocorrência dessa ociosidade de utilização da capacidade produtiva instalada pode ser atribuída à ausência de objetivos e de uma gestão estratégica clara.

Quanto à atividade de beneficiamento do mel, a Associação funciona recebendo de seus associados tanto as colméias para total beneficiamento, como os baldes (25 kg) e “bombonas” (75 kg de mel) que vão para decantação, descristalização e envase.

Após a rotulagem, o produto é colocado à disposição dos consumidores em três pontos de distribuição da cidade em que a Associação está localizada. Nesses pontos, quem atua na comercialização são os próprios associados, os quais, como se mencionou anteriormente, cooperam no beneficiamento junto à Associação. Nesses espaços eles dispõem da mesma estrutura, ou seja, dividem-se para comercializar seu próprio mel.

Além da “jóia” que cada associado paga ao se associar para usufruir das instalações, cobra-se 10% do produto líquido recebido, quando ainda na colméia, e 8% quando o produto chega já em baldes ou “bombonas”. O pagamento é feito em produto, e não em dinheiro, resultando em baixo capital de giro para a Associação.

Na mesma linha da problemática da falta de participação e cooperação, as atividades acabam sendo desenvolvidas por um mesmo grupo. Isto, segundo Cruzio (1989), representa um problema de gestão característico das cooperativas, isto é, a dificuldade de distribuição de tarefas para diferentes áreas, e do estabelecimento de pontos de coordenação, sendo comuns as decisões “desencontradas” pela falta de coordenação.

Ocorrem casos em que o presidente da associação vem a ser o próprio conselho fiscal e administrativo, o que tende a gerar falta de participação e de comprometimento dos associados, seja durante as assembleias-gerais, seja quanto aos cargos sociais, quanto à inadimplência financeira e, ainda, na questão da cooperação para com o desenvolvimento das atividades da associação.

4 Resultados

Como o objetivo deste artigo foi desenhar a cadeia produtiva apícola do Rio Grande do Sul, a figura 2 procura responder a esse objetivo, cabendo mencionar que a mesma foi concebida com o *background* da Análise de *Filières*, motivo pelo qual está subdividida em três macrosegmentos. Tal configuração é resultado das informações obtidas, tanto durante a visita técnica à Associação de Apicultores, quanto da realização de um seminário de debates sobre a apicultura com representantes de Associações Apícolas do Rio Grande do Sul e da Federação de Apicultores do Estado, além da participação de demais especialistas da área.

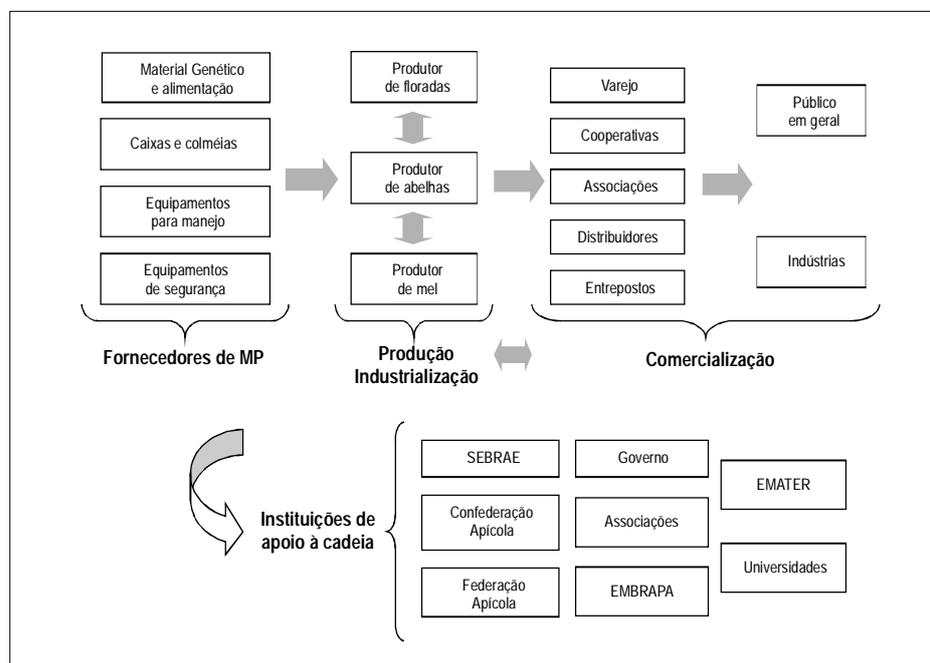


FIGURA 2 - CADEIA PRODUTIVA E INSTITUCIONAL APÍCOLA DO RIO GRANDE DO SUL
 FONTE: Os autores

Pode-se observar que a montante estão localizados os fornecedores de insumos e matérias-primas para a produção, quais sejam: fornecedores de material genético (rainhas, zangões), fornecedores de caixas e de colméias, fornecedores de equipamentos para manejo dos produtos e de equipamentos de segurança. Já na produção e industrialização foram identificados três grandes grupos de atores: produtores de floradas (insumo de fabricação do mel pelas abelhas), produtores de abelhas e produtores de mel. Por fim, fazem parte do elo mais a jusante: mercado varejista, cooperativas, associações, distribuidoras, entrepostos, público consumidor em geral e as indústrias.

Procurou-se também identificar as instituições envolvidas na cadeia produtiva, de forma a gerar uma base de informações para a identificação da sua efetividade de atuação na coordenação dos atores.

Para o desenho da cadeia produtiva procurou-se identificar, mediante vetores, os encadeamentos, o mesmo conceito dos chamados “nós” da *filière*. Conforme o Centro de Estudos Aplicados do Grupo Escola Superior de Comércio de Nantes (1985), a idéia de “nó”, como se afirmou, visa contrariar a idéia de etapa, mostrando o conjunto das relações técnico-econômicas.

Mais que isso, a partir de agora pretende-se, mediante uma análise relacional entre atores da cadeia produtiva, classificar cada tipo de relacionamento horizontal entre os agentes envolvidos na produção apícola do Rio Grande do Sul.

Assim, a figura 3 procura mostrar, com base nas informações colhidas junto aos agentes da cadeia, como se dão os relacionamentos horizontais entre os atores da cadeia apícola do Rio Grande do Sul. Foram identificados quatro macrossegmentos, sendo três produtivos, ou seja, com fins econômicos, e um deles com fins institucionais, os quais relacionam-se inter-lo e intra-lo.

	RELACIONAMENTO HORIZONTAL			
	Fornecedor de matéria-prima	Produção/Industrialização	Comercialização	Instituições
Fornecedor de matéria-prima	Competição	Coexistência	Coexistência	Cooperação
Produção/Industrialização	Coexistência	Competição	Competição	Cooperação
Comercialização	Coexistência	Competição	Cooperação	Cooperação
Instituições	Cooperação	Cooperação	Cooperação	Coexistência

FIGURA 3 - RELACIONAMENTOS HORIZONTAIS ENTRE OS ATORES DA CADEIA PRODUTIVA APÍCOLA DO RIO GRANDE DO SUL

Inicialmente, passar-se-á a avaliar a cadeia principal, ou seja, as relações internas entre os agentes de cada elo produtivo e institucional. Observou-se que, entre os fornecedores de matéria-prima, e entre o setor de produção e industrialização, as relações são de competição, enquanto na comercialização a relação é de cooperação, e, por fim, o relacionamento institucional é de coexistência.

Cabe citar que o desejável, tanto sob o ponto de vista referenciado teoricamente, quanto sob os preceitos da formação da associação em questão, seria uma relação de cooperação entre produtores, entre comerciantes e, especialmente, entre as instituições de apoio. Porém, particularmente entre os produtores foram observados comportamentos oportunistas, evidenciados pelo exemplo de que os mesmos comercializam seus produtos com o mercado internacional por preços abaixo dos seus custos de produção. Cabe mencionar ainda, quanto às instituições, que estas têm políticas de incentivo distintas, não havendo a definição de parâmetros comuns de fornecimento de apoio ao produtor.

Entre os comerciantes associados, no caso deste estudo de pesquisa, ficaram caracterizadas tanto a existência de competição na produção e comercialização, quanto a de cooperação no beneficiamento, o que sugere uma relação de cooperação. Esse comportamento, segundo Kotzab e Teller (2003) e Hoban (1993), é desejável quando a atividade principal é constituída sob um produto agrícola tradicional. Porém, diferentemente do que os autores afirmam, a saber, que a cooperação dá lugar ao “ganha-ganha”, revela-se, pela opinião dos entrevistados, que no caso da Associação esse comportamento aprofunda as assimetrias relacionais e os comportamentos oportunistas.

Já, nos diversos relacionamentos entre os agentes com outros setores da cadeia, observa-se que ora existe cooperação, ora competição, ora coexistência e ora cooperação, prevalecendo, porém, o comportamento de competição, especialmente entre os agentes produtivos da cadeia. Chama a atenção o fato de que a relação

com as instituições é de cooperação, ou seja, a relação desejável, pois o papel das instituições é o de fornecer apoio aos produtores. Ainda, os resultados do estudo indicam que os agentes da cadeia são freqüentemente envolvidos em diferentes tipos de relacionamento com outro ator localizado horizontalmente. Os quatro tipos de relacionamentos identificados proporcionam às empresas diferentes formas de vantagem.

Um segmento que tenha uma forte posição, e que não necessite de recursos externos possuídos pelo competidor, provavelmente terá seu relacionamento baseado na competição. Por outro lado, se a empresa necessitar de recursos possuídos pelo competidor e não tiver uma forte posição, a cooperação é o melhor caminho. Finalmente, se o setor possui uma forte posição mas lhe faltam recursos que estão nas mãos do competidor, deve buscar um relacionamento cooperativo.

Esse segundo exemplo traduz a necessidade do setor apícola em pauta, pois todos os entrevistados e palestrantes foram unânimes em afirmar que não existe um encadeamento e coordenação entre os setores que compõem a cadeia, não havendo, portanto, efetividade nesta. Mais que isso, existe uma assimetria relacional, denotada pela falta de competitividade de preços do mel gaúcho, fruto de custos de produção acima dos níveis desejáveis. A figura 4 procura mostrar a relação causal dessa assimetria relacional enquanto geradora dos problemas do setor no Rio Grande do Sul.

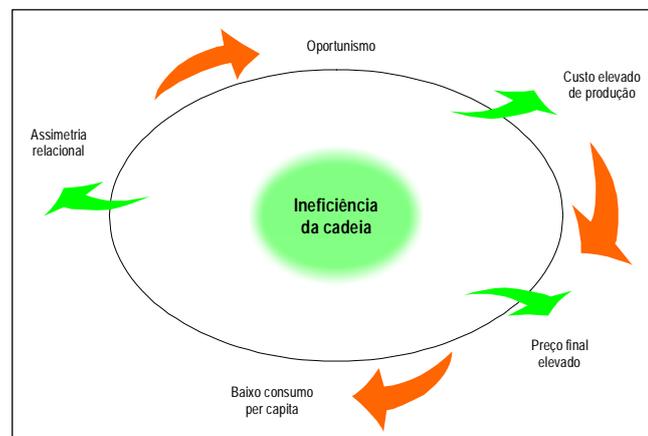


FIGURA 4 - RELAÇÃO CAUSAL DE INEFICIÊNCIA DA CADEIA APÍCOLA DO RIO GRANDE DO SUL
 FONTE: Os autores

Considerações finais

A resposta aos objetivos de pesquisa permitiu afirmar, preliminarmente, que a competitividade do mel está associada a uma melhor coordenação dos participantes dessa cadeia produtiva. A ausência de um comportamento conjunto, exemplificado pela diversidade de relacionamentos horizontais apresentados pelos atores da cadeia apícola do Rio Grande do Sul, parece ser uma causa relevante dos problemas pelos quais passa o setor.

Percebe-se, também, como exposto nos resultados, que há uma assimetria relacional tanto entre os produtores, quanto até mesmo entre algumas organizações fundamentadas no cooperativismo, como a Associação Apícola apresentada neste estudo. Este fato acaba levando a uma ineficiência da cadeia produtiva do mel no Rio Grande do Sul, gerando, conseqüentemente, custos de produção que tornam o produto menos competitivo.

Porém, deve-se relativizar esses resultados, pois, diferentemente da afirmativa de que a coopetição permitiria o "ganha-ganha", observa-se, pela opinião dos entrevistados, que no caso da Associação esse

comportamento aprofunda as assimetrias relacionais e os comportamentos oportunistas.

Ainda, pode-se perceber que a coopetição ocorre entre os agentes do elo de comercialização, cabendo ressaltar que tal afirmação somente se aplica ao caso dos cooperados da associação em questão. Os demais produtores apícolas do Rio Grande do Sul inserem-se no mercado com estabelecimento próprio de preços, conforme seus custos de produção e taxas de retorno desejadas, ou seja, via comportamento de competição.

Pode-se afirmar que a necessidade de se relativizar a análise é uma das limitações deste estudo. Uma sugestão para novos estudos seria a de procurar validar, com especialistas do setor, os resultados do presente trabalho. Mais que isso, o desenho institucional proposto precisa ser ampliado, de forma que se possa verificar se a assimetria de relacionamentos encontrada aplica-se a outros casos, ou se é resultado de uma especificidade deste estudo de caso. Isso demonstra a necessidade de novas pesquisas, que procurem analisar outras associações bem como outros atores da cadeia produtiva apícola do Rio Grande do Sul.

- Recebido em: 26/09/2006
- Aprovado em: 30/10/2006

Referências

- ABREU, J.H. R de. **Panorama da apicultura no Brasil e no mundo**. Disponível em: <http://www.culturaapicola.com.ar/apuntes/informesinternacionales/17_panorama_apicultura_brasil_mundo>. Acesso em: 6 jul. 2006.
- BATALHA, M. A. (Coord.). **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997. 2V.
- BENGTSSON, M.; KOCK, S. Cooperation and competition in relationship between competitors in business networks. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v.14, n.3, 1999.
- CAVES, R.; PORTER, M. E. From entry barriers to mobility barriers: conjectured decisions and contrived deterrence to new competition. **Quarterly Journal of Economics**, v.91, p.241-267, 1977.
- CRUZIO, H. de O. **Problemas organizacionais e administrativos das cooperativas agroindustriais e agropecuárias no estado da Bahia**. Lavras: ESAL, 1989. Dissertação (Mestrado em Administração Rural). Lavras, ESAL, 1989.
- EMBRAPA MEIO-NORTE. **Sistema de produção**. v.3, jul. 2003 Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Mel/SPMel/index.htm>>. Acesso em: 20 jun. 2006.

ESCOLA SUPERIOR DE COMÉRCIO DE NANTES CENTRO DE ESTUDOS APLICADOS DO GRUPO. A Análise de Filière. **Anais de Colóquio**, 1985.

FAOSTAT. **Key statistics of food and agriculture external trade**. Disponível em: <<http://www.FAOSTAT.org/es/ess/toptrade/trade.asp>>. Acesso em: 22 jun. 2006.

FARINA, M. Q.; AZEVEDO, P. F. **Competitividade**: mercado, estados e organizações. São Paulo: Singular, 1997.

HOBAN, T. J. **Efficiency consumer response (ECR)**: Perceive Barriers and Opportunities. North Carolina State: Raleigh, 1993.

IBGE. **Pesquisa da pecuária municipal**: 2003. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>.

IBGE. **Pesquisa orçamentária familiar, tabela 2393**: consumo de mel no Brasil. Disponível em: <<https://www.ibge.br/sidra>>. Acesso em: 23 jun. 2006.

KOTZAB, H.; TELLER, C. Value-adding partnerships and co-opetition models in the grocery industry. **International Journal of Operations & Production Management**, v.23, n.5, 22-545, 2003.

MORVAN, Y. **Filière de production**: fondaments déconomie industrielle. *Economica*, 1985. p.199-321.

MUXFELDT, H. **Revista O Apicultor**. Órgão Oficial da Confederação Brasileira de Apicultura, ano 1, n.1, 1968.

SATTLER, A. **Desenvolvimento de pesquisas em apicultura na UFRGS**. Porto Alegre, 2006. Palestra proferida junto ao Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

WIESE, H. et al. **Nova apicultura**. 6.ed. Porto Alegre: Agropecuária, 1985.

WILLIANSO, O. E. **The mechanisms of governance and management**. Oxford, 1996.