

Para entender o agronegócio

Marina Ariento *

Antonio Carlos Giuliani, Nadia Kassouf Pizzinatto e Eduardo Eugênio Speers **

Como em qualquer ramo de atividade, os empreendimentos do sistema mercadológico do agronegócio devem gerar lucros e ter condições de competitividade para garantir a sobrevivência em longo prazo. A competitividade pode ser definida como a habilidade de uma organização fabricar produtos melhores do que os de seus concorrentes, de acordo com os limites impostos por sua capacitação tecnológica, gerencial, financeira e comercial.

Inserido no sistema agroindustrial, sinônimo de complexo agroindustrial ou cadeia produtiva, o agronegócio é um setor com uma seqüência de operações interdependentes, cujo objetivo é produzir, modificar e distribuir o produto. Entende-se por agronegócio um termo que combina agricultura e negócio. Ao definirem o agribusiness, Davis e Goldberg o visualizaram como:

"a soma das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, processamento e distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles".

Ao considerá-lo como um conjunto de operações, Davis e Goldberg entendem que, apesar disso, o crescimento do setor, embora conjunto, não sofre o direcionamento de nenhum dos elos. Nas palavras dos autores, "o agribusiness moderno não pode ser visto como o resultado de um plano preconcebido, mas sim como produto de forças complexas e evolutivas que atuam mais ou menos espontaneamente sem uma coordenação central".

Em 1968, Goldberg chamou o agribusiness de um sistema de *commodities*, que inclui mercado de insumos agrícolas, produção, operações de

estocagem, processamento, atacado e varejo, direcionando um fluxo de produtos agroindustriais ao consumidor final e sendo afetado por organizações que atuam no meio ambiente, tais como as instituições governamentais, Bolsas de Mercados Futuros e associações de comércio.

Ao assumir a visão sistêmica do agronegócio, diversos estudiosos o enquadram num processo que constitui um sistema – conjunto de componentes que interagem entre si – que engloba sistemas menores ou subsistemas. O sistema maior é conhecido por negócio agrícola ou *agribusiness*, composto de cadeias produtivas, caracterizadas por:

Uma seqüência de operações que conduzem à produção de bens.

Articulação influenciada até a fronteira de possibilidades dadas pela tecnologia definida nas estratégias dos agentes que buscam a maximização dos seus lucros.

Relações entre os agentes de interdependência ou complementaridade, determinadas por forças hierárquicas.

Por um sistema mais ou menos capaz de assegurar sua própria transformação.

Alguns pesquisadores consideram a cadeia de produção como "a soma de todas as operações de produção e de comercialização, necessárias para passar de uma ou várias matérias-primas de base para um produto final". Essas operações de pro-

dução e comercialização são desenvolvidas nos segmentos ou elos (conjunto de agentes que desenvolvem suas ações dentro de uma determinada etapa, desde a produção da matéria-prima até o produto final) agrícolas, de processamento, de distribuição e de consumo. Fazem parte também a indústria de insumos e de bens de capital e os ambientes organizacional e institucional.

Os processos interligados do agronegócio proporcionam oferta de produtos aos consumidores finais, por meio da transformação de insumos pelos componentes. Cada insumo faz parte de um complexo agroindustrial, que engloba todos os seg-



mentos da economia envolvidos na cadeia agroalimentar.

Sem privilegiar a variável-preço no processo de coordenação do sistema, a cadeia agroindustrial focaliza aspectos distributivos do produto industrial e se aplica às atividades que transformam uma commodity em um produto pronto para o consumidor final.

A preocupação com os níveis de competitividade orienta as cadeias na busca por qualidade, mais produtividade, redução de custos e alianças estratégicas, como forma de enfrentar a competição no mercado interno e de estar capacitada para disputar o mercado externo. ■

* Jornalista e mestrandia em Administração da Universidade Metodista de Piracicaba - Unimep.

** Docentes do mestrado da Unimep.