

# O Perfil da Agroindústria Rural no Brasil

## Uma análise com base nos dados do Censo Agropecuário 2006

### Relatório de Pesquisa





# O Perfil da Agroindústria Rural no Brasil

## Uma análise com base nos dados do Censo Agropecuário 2006

### Relatório de Pesquisa



## **Governo Federal**

### **Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República**

**Ministro** Wellington Moreira Franco



Fundação pública vinculada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiro – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

#### **Presidente**

Marcelo Côrtes Neri

#### **Diretor de Desenvolvimento Institucional**

Luiz Cezar Loureiro de Azeredo

#### **Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais**

Renato Coelho Baumann das Neves

#### **Diretor de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia**

Alexandre de Ávila Gomide

#### **Diretor de Estudos e Políticas Macroeconômicas, Substituto**

Cláudio Hamilton Matos dos Santos

#### **Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais**

Rogério Boueri Miranda

#### **Diretora de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura**

Fernanda De Negri

#### **Diretor de Estudos e Políticas Sociais**

Rafael Guerreiro Osorio

#### **Chefe de Gabinete**

Sergei Suarez Dillon Soares

#### **Assessor-chefe de Imprensa e Comunicação**

João Cláudio Garcia Rodrigues Lima

Ouvidoria: <http://www.ipea.gov.br/ouvidoria>

URL: <http://www.ipea.gov.br>

# O Perfil da Agroindústria Rural no Brasil

## Uma análise com base nos dados do Censo Agropecuário 2006

### Relatório de Pesquisa



Brasília, 2013

## **FICHA TÉCNICA**

Este estudo analisa um conjunto de variáveis censitárias referentes ao desenvolvimento da agricultura e do meio rural brasileiro no que respeita à “agroindústria rural”. As análises aqui apresentadas seguem essencialmente as classificações utilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para a coleta e tabulação dos dados censitários. Deste modo, a definição de agroindústria rural aqui utilizada privilegia um amplo conjunto de atividades de transformação e beneficiamento de produtos agropecuários, abarcando a diversidade de itens processados e beneficiados nos estabelecimentos rurais, independentemente da destinação a eles conferida, do tipo de estabelecimento e do volume processado. Os dados foram organizados de forma a possibilitar comparações macrorregionais.

### **Coordenação geral**

Brancolina Ferreira – CODER/DISOC/IPEA

Fábio Alves – CODER/DISOC/IPEA

A pesquisa que deu origem a este relatório foi conduzida pela Coordenação de Desenvolvimento Rural da Diretoria de Estudos e Pesquisas Sociais do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (CODER/DISOC/IPEA) e pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS) no âmbito do Subprograma de Apoio a Redes de Pesquisas (PROREDES) do Programa de Mobilização da Competência Nacional para Estudos sobre o Desenvolvimento (PROMOB): Projeto de Cooperação Técnica IPEA/PGDR 2010/2011 – Análise Multidimensional dos Dados do Novo Censo Agropecuário 2006.

### **Coordenação da pesquisa**

Sergio Schneider – PGDR/UFRGS

Leonardo Xavier – PGDR/UFRGS

### **Elaboração e redação / Equipe técnica**

Paulo D. Waquil – PGDR/UFRGS

Marcio Gazolla – CAFW/UFSM

Paulo Niederle – PPGMADE/UFPR

Roni Blume – UDESSM/UFSM

Lillian Bastian – PGDR/UFRGS

Francis dos Santos – PGDR/UFRGS

Mônica Concha – PGDR/UFRGS

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

## SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES .....	7
1 INTRODUÇÃO .....	9
2 PERFIL PRODUTIVO DA AGROINDÚSTRIA RURAL NAS REGIÕES BRASILEIRAS .....	12
3 OS MERCADOS E CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DA AGROINDÚSTRIA RURAL .....	27
4 AGREGAÇÃO DE VALOR NAS AGROINDÚSTRIAS RURAIS .....	44
5 AGROINDÚSTRIAS RURAIS FAMILIARES E NÃO FAMILIARES .....	57
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS .....	74





## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### Gráficos

- 1 – Brasil – Número de estabelecimentos que agroindustrializaram alimentos segundo tipo de estabelecimento (2006)
- 2 – Brasil – Produção total da agroindústria rural segundo tipo de estabelecimento (2006)
- 3 – Brasil – Origem da matéria-prima da agroindústria rural nos estabelecimentos familiares (2006)
- 4 – Brasil – Origem da matéria-prima da agroindústria rural nos estabelecimentos não familiares (2006)
- 5 – Brasil – Proporção vendida da produção total da agroindústria rural nos estabelecimentos familiares (2006)
- 6 – Brasil – Proporção vendida da produção total da agroindústria rural nos estabelecimentos não familiares (2006)
- 7 – Brasil – Destinos da produção total vendida nos estabelecimentos familiares (2006)
- 8 – Brasil – Destinos da produção total vendida nos estabelecimentos não familiares (2006)

### Quadro (2006)

- 1 – Descrição das variáveis do IBGE analisadas

### Tabelas

- 1 – Aguardente de cana – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)
- 2 – Doces e geleias – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)
- 3 – Embutidos – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)
- 4 – Farinha de mandioca – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)
- 5 – Fubá de milho – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras
- 6 – Goma ou tapioca – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)
- 7 – Pães, bolos e biscoitos – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras
- 8 – Queijo ou requeijão – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)
- 9 – Rapadura – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)
- 10 – Distribuição produtiva macrorregional dos produtos da agroindústria rural (2006)
- 11 – Destino da produção de aguardente de cana, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 12 – Destino da produção de doces e geleias segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 13 – Destino da produção de embutidos, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 14 – Destino da produção de farinha de mandioca, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 15 – Destino da produção de fubá de milho, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 16 – Destino da produção de goma ou tapioca, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 17 – Destino da produção de pães, bolos e biscoitos, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 18 – Destino da produção de queijo e requeijão, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 19 – Destino da produção de rapadura, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)
- 20 – Número de estabelecimentos rurais com processamento, valor total da venda da agroindústria (R\$) e valor agregado total (R\$) dos estabelecimentos, segundo macrorregião geográfica (2006)
- 21 – Brasil – Número de estabelecimentos rurais com processamento, valor total de despesas, valor total da venda da agroindústria e valor agregado total do estabelecimento, segundo tipo de produto (2006)

- 22 – Brasil – Número de estabelecimentos rurais com processamento, valor total da produção proveniente de matéria-prima própria ou adquirida, valor total da produção e valor agregado, segundo tipo de produto (2006)
- 23 – Brasil – Número de estabelecimentos que agroindustrializam alimentos, por AF e ANF (2006)
- 24 – Brasil – Produção total da agroindústria rural, por AF e ANF
- 25 – Brasil – Escalas produtivas médias das agroindústrias rurais familiares e não familiares (2006)

## 1 INTRODUÇÃO

Este relatório apresenta os principais resultados da pesquisa intitulada “Perfil da Agroindústria Rural no Brasil: uma análise baseada nos dados do Censo Agropecuário de 2006”. Esta pesquisa foi conduzida paralelamente a um conjunto mais amplo de estudos vinculados ao projeto “Análise dos dados do novo Censo Agropecuário 2006”, este desenvolvido por meio de acordo de cooperação técnica entre o Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS), o Ipea e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Entre novembro de 2010 e novembro de 2011, uma equipe de pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento (economistas, estatísticos, geógrafos, agrônomos e sociólogos) analisou um conjunto de variáveis censitárias referentes ao desenvolvimento da agricultura e do meio rural brasileiro, sendo os resultados referentes à agroindústria rural apresentados neste relatório.

Em que pesem as múltiplas compreensões que o termo agroindústria rural suscita, as análises aqui apresentadas seguem essencialmente as classificações utilizadas pelo IBGE para a coleta e tabulação dos dados censitários. Deste modo, a definição de agroindústria rural utilizada neste estudo privilegia um amplo conjunto de atividades de transformação e beneficiamento de produtos agropecuários, abarcando a diversidade de produtos processados e beneficiados nos estabelecimentos rurais independentemente da destinação conferida ao produto, do tipo de estabelecimento e do volume processado.

Agroindústria rural se refere às atividades de transformação e beneficiamento de produtos agropecuários de origem animal ou vegetal, que foram realizadas em instalações próprias, comunitárias ou de terceiros, a partir de matéria-prima produzida no próprio estabelecimento agropecuário ou adquirida de outros produtores, desde que a destinação final do produto tivesse sido dada pelo produtor (IBGE, 2006, p. 31).

Essa definição normativa estabelece uma série de condicionantes à análise. O principal deles diz respeito à dificuldade de identificar a participação na atividade de processamento agroindustrial dos estabelecimentos de pequeno porte (em geral, familiares) que processam produtos agroalimentares com vistas especificamente à comercialização e que, geralmente, são definidos pela literatura como “agroindústria rural de pequeno porte” (Prezotto, 2002; Silveira *et al.*, 2000) ou “agroindústria familiar rural” (Guimarães e Silveira, 2007; Pelegrini e Gazolla, 2008; Sulzbacher e David, 2009; Carvalheiro e Waquil, 2009).

Segundo Mior (2005), a agroindústria familiar rural define “uma forma de organização em que a família rural produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, visando, sobretudo, a produção de valor de troca que se realiza na comercialização”. A partir desta definição, o autor distingue esta atividade do processamento de alimentos e matérias-primas que “visa prioritariamente à produção de valor de uso que se realiza no autoconsumo”. Ao mesmo tempo, o autor ainda sustenta que, “enquanto o processamento e a transformação de alimentos ocorrem geralmente na cozinha das agricultoras, a agroindústria familiar rural se constitui num novo espaço e num novo empreendimento social e econômico” (Mior, 2005, p. 191).

Apesar do potencial analítico da diferenciação conceitual proposta acima, sua principal deficiência advém do fato que ela define parâmetros que não são traduzíveis em uma tipologia para os dados censitários. O que o censo agropecuário permite aferir são dados relativos ao processamento e ao beneficiamento agroindustrial realizado nos “estabelecimentos rurais”. Tabulações estatísticas específicas possibilitam verificar, por exemplo, a porcentagem do beneficiamento de determinado produto que foi destinada à venda

(o preceito do “valor de troca” aludido por Mior). Do mesmo modo, também é possível aferir o montante desta produção que foi realizado por agricultores familiares. No entanto, a não individualização dos dados por estabelecimento rural (um preceito necessário a este tipo de levantamento), torna impraticável uma caracterização precisa da Agroindústria Familiar Rural nos termos acima definidos.

Uma vez que as tabulações dos dados são organizadas “por produto”, não é possível uma análise agregada do montante produzido (seja em termos de quantidade, seja em termos de valor) por uma “agroindústria rural”. As tabulações sequer permitem identificar o montante de estabelecimentos que processam produtos de origem animal e vegetal no Brasil, isto porque o somatório de estabelecimentos referente a cada categoria de produto torna-se inadequado em face das situações recorrentes, nas quais os estabelecimentos produzem dois ou mais produtos, como é o caso, por exemplo, das agroindústrias de derivados da cana-de-açúcar que, frequentemente, elaboram aguardente, melado e rapadura na mesma estrutura agroindustrial. Ademais, esta característica impõe dificuldades de aferição dos dados referentes ao uso de insumos e fatores de produção, haja vista que o mesmo insumo pode participar do processo de transformação para vários produtos finais.

Outra questão metodológica diz respeito à lista de produtos elencados pelo IBGE para compor a “agroindústria rural”. Ao todo, o censo agropecuário define 32 produtos processados ou beneficiados, os quais incluem desde carvão vegetal, carne verde, algodão em plumas, arroz descascado e café torrado, até produtos mais tradicionais às definições correntes de agroindústria rural, como são os casos dos embutidos, queijos, farinhas (de milho e mandioca), panificados, rapadura, doces e geleias. A amplitude desta lista pode superestimar a importância da agroindústria rural e cria dificuldades à compreensão das particularidades da atividade que, em alguns casos, revela-se muito similar às atividades da produção agropecuária *stricto sensu*. As “carnes verdes”, por exemplo, são produtos cujo único beneficiamento pode ter sido o abate e desossa do animal, uma atividade recorrente em estabelecimentos de muitas regiões brasileiras (sobretudo quando destinada à produção para autoconsumo) e que, por isso, torna o produto um dos itens da agroindústria rural mais recorrente dentre todos os produtos.

Se, por um lado, estas opções metodológicas limitam uma série de inferências, por outro, elas criam algumas possibilidades interessantes à análise, sobretudo quando se focaliza a dinâmica de diferentes cadeias produtivas. Uma das alternativas que as informações possibilitam ao pesquisador é a redefinição do rol de produtos que conformam a agroindústria rural. Assim, em face da impossibilidade de trabalhar com toda a gama de produtos listados pelo censo agropecuário, e das próprias objeções a algumas categorias de produtos, neste estudo, selecionaram-se nove produtos ou categorias de produtos: fubá (farinha de milho); farinha de mandioca e tapioca (goma); queijo e requeijão; aguardente de cana; rapadura; pães e biscoitos; doces e geleias; e embutidos. A seleção baseou-se nos resultados de estudos de caso que demonstram serem estes alguns dos principais produtos de processamento nas agroindústrias familiares rurais (Mior, 2005; Wesz Junior, 2009; Pelegrini e Gazolla, 2008; entre outros). Ao mesmo tempo, em vista do trabalho voltar-se para uma comparação entre as diferentes macrorregiões do país, um cuidado particular foi assumido no sentido de garantir a escolha dos produtos mais representativos (em número de estabelecimentos e quantidade produzida) sem perder de vista a efetividade da comparação.

A partir da definição dos produtos, os dados foram tabulados por macrorregião geográfica, abarcando um conjunto de variáveis que possibilitam traçar um perfil da agroindústria rural no Brasil, quais sejam: número de estabelecimentos, quantidade produzida, valor da produção, valor agregado, destino da produção e tipo de estabelecimento rural.

Estas variáveis seguramente não esgotam as possibilidades de análise. De fato, em nenhum momento isto foi intenção da pesquisa. De outro modo, neste estudo, a escolha das variáveis está fundamentalmente associada à vinculação que se estabelece entre os dados analisados e uma série de hipóteses de trabalho, as quais emergiram a partir de uma cuidadosa revisão da literatura acerca do potencial da agroindústria rural e da construção de novas trajetórias de desenvolvimento rural sustentável. Assim, os resultados apresentados neste relatório não correspondem apenas a um inventário de novas estatísticas e tabulações do censo agropecuário, mas a um esforço analítico de compreensão do papel da agroindústria rural em face daquilo que a literatura recente tem produzido sobre o tema.

O relatório está organizado em quatro capítulos, além desta introdução. Eles foram redigidos de modo que cada um pode ser lido separadamente, sem prejuízo da compreensão das informações apresentadas. No entanto, determinadas definições metodológicas remetem necessariamente aos demais capítulos e às questões apresentadas nesta introdução. Deste modo, desde já, é fundamental alertar para a complementaridade dos resultados apresentados, os quais, somente no seu conjunto, definem a configuração precisa do perfil da agroindústria rural no Brasil.

A partir de uma comparação macrorregional, o primeiro capítulo caracteriza o perfil das experiências de agroindustrialização nos estabelecimentos rurais para os nove produtos selecionados. Este primeiro conjunto de informações apresenta variáveis básicas acerca das características dos estabelecimentos rurais com processamento agroindustrial, tais como número de informantes, quantidade produzida, quantidade de matéria-prima utilizada, origem da matéria-prima e preços recebidos pelo produto. Com base nestas variáveis, identificam-se as principais regiões em que os diferentes produtos são beneficiados, a escala média de produção das agroindústrias nas distintas regiões e a origem da matéria-prima, própria ou adquirida. Os resultados ressaltam a heterogeneidade da agroindústria rural no Brasil, mas também identificam algumas similaridades relacionadas à cultura e aos hábitos alimentares da população, às condições edafoclimáticas e à estrutura agrária.

O segundo capítulo aborda o perfil mercadológico da agroindústria rural, destacando os mercados e canais de comercialização para os produtos agroindustrializados no Brasil. Para além de variáveis como número de estabelecimentos, quantidades produzidas, valores da produção e preços médios dos produtos, a análise privilegia uma discussão acerca dos principais destinos da produção. Para tanto, segue-se a classificação censitária que define os seguintes canais de comercialização: venda para intermediário, venda direto ao consumidor, venda para a cooperativa, venda para indústria, venda para empresa integradora, exportação e venda para o governo. Por sua vez, a parcela não comercializada é classificada como produção destinada ao autoconsumo, produção estocada, produção perdida na colheita, estocagem ou outra fase, ou, ainda, produção doada a terceiros. Os dados apresentados caracterizam e mensuram a importância destes circuitos de comércio característicos aos principais produtos agroindustrializados, nos quais, de modo geral, revela-se a importância dos intermediários e da venda direta como canais privilegiados de comercialização, com algumas variações decorrentes das características do produto e da região em questão.

O terceiro capítulo discute especificamente o tema da agregação de valor na agroindústria rural. As informações são provenientes de tabulações derivadas dos microdados do censo agropecuário, as quais permitiram construir uma comparação setorial e macrorregional. A discussão focaliza as inter-relações entre os resultados quantitativos oriundos do cruzamento de variáveis como valor da produção, valor de venda e valor agregado, e as particularidades dos diferentes contextos socioeconômicos e político-institucionais encontrados

nas diferentes macrorregiões e cadeias de valor. Apesar das distintas dinâmicas territoriais e setoriais reveladas, os resultados convergem para ratificar a importância da agroindústria rural como estratégia de agregação de valor e desenvolvimento rural.

O último capítulo compara os resultados produtivos da agroindustrialização segundo o tipo de estabelecimento rural: familiar ou não familiar. O recorte foi possibilitado devido à utilização dos critérios elencados na chamada “Lei da Agricultura Familiar” (Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006). Os resultados revelam que a agroindústria rural é, de modo geral, mais expressiva nos estabelecimentos rurais familiares, seja em termos de número de estabelecimentos por produto, seja no que tange à produção total por produto. Em relação à variável escala de produção, verificou-se que, para seis produtos analisados, a escala é superior na agricultura não familiar. Este grupo social também se destaca pela maior proporção de matéria-prima adquirida para uso no processamento, e maior percentual da produção destinada à comercialização. Por outro lado, enquanto a venda direta ao consumidor final possui uma expressividade maior para a agricultura familiar comparativamente à agricultura não familiar, a situação se inverte no caso da venda para intermediários.

Os resultados produzidos na pesquisa revelam o perfil e a relevância das agroindústrias rurais nos estabelecimentos rurais no Brasil, bem como a diversidade de configurações que estes empreendimentos assumem em cada região. Mais que tudo, a realização do estudo reforça a importância dos dados oriundos do censo agropecuário, o qual pode ser ampliado e aperfeiçoado com vistas a possibilitar estudos comparativos e longitudinais sobre as realidades e heterogeneidades do meio rural brasileiro.

## 2 PERFIL PRODUTIVO DA AGROINDÚSTRIA RURAL NAS REGIÕES BRASILEIRAS

O Censo Agropecuário 2006, realizado pelo IBGE, vem revelando dados sobre as distintas dinâmicas que constituem o espaço rural brasileiro. A transformação de matéria-prima de origem agrícola conciliada com a destinação do produto final pelo produtor caracteriza a existência de agroindústrias rurais nos estabelecimentos, sendo que, neste censo, foram consideradas como agroindústrias rurais não somente aquelas fundadas com o intuito de beneficiamento para comercialização, mas também as unidades produtivas que transformam produtos agrícolas para o autoconsumo. As dinâmicas que caracterizam as agroindústrias no espaço rural são diversas, devido às peculiaridades que tipificam estas unidades de transformação e beneficiamento de produtos agrícolas. Tal pluralidade proporciona para os pesquisadores um amplo campo de discussões, até mesmo sobre a definição de agroindústria rural, e os desafiam para compreender como estas dinâmicas contribuem para a geração de renda e emprego no espaço rural.

De maneira geral, os estudos mostram que estas experiências de agregação de valor surgem em regiões de agricultura familiar consolidada e que manteve a tradição de uma produção de matérias-primas e alimentos diversificados, além dos conhecimentos tácitos historicamente reproduzidos na elaboração e processamento de vários produtos (Oliveira *et al.*, 1999; 2002). Estas iniciativas também se desenvolvem com base nos recursos locais dos agricultores (matérias-primas, solo, água, recursos financeiros etc.) e, na maioria dos casos, estão alicerçadas na força de trabalho do grupo familiar, em que as estratégias utilizadas e as tarefas realizadas são desenvolvidas pelos seus membros (Mior, 2005). Além disso, estas experiências de agregação de valor se caracterizam pela diversidade produtiva, pois elaboram diversos alimentos, como embutidos, queijos, aguardente de cana, geleias, farinha de mandioca, pães e biscoitos, rapaduras, entre outros produtos (Pelegri e Gazolla, 2008).



Estas agroindústrias surgem no meio rural devido a diferentes fatores. Por um lado, estão relacionadas às próprias práticas de produção de alimentos para o consumo dos agricultores e, por outro, constituem-se em alternativas de desenvolvimento rural aos estrangulamentos atuais do padrão de agricultura praticado, que, de maneira geral, gera assimetrias no acesso dos agricultores familiares às cadeias longas de mercados de *commodities*, o que está associado a processos de exclusão e redução das rendas agrícolas (Renting *et al.*, 2003). Em um terceiro eixo, estas iniciativas surgem como um processo de valorização do modo de vida rural, dos seus produtos de qualidade diferenciada e com especificidades territoriais, respondendo à demanda de um determinado público de consumidores em expansão (Wilkinson, 2008).

Quanto aos dados sobre a agroindústria rural, o censo agropecuário fornece informações sobre 32 produtos beneficiados que apresentam expressividade produtiva e quantidade diferenciadas para as cinco grandes regiões brasileiras. A variação na oferta oriunda da distribuição geográfica dos produtos da agroindústria pode estar atrelada a diferentes fatores, abarcando desde as condições edafoclimáticas, até os hábitos culturais de consumo, passando pela estrutura agrária regional. Diante desta heterogeneidade, uma análise do perfil das agroindústrias nas distintas regiões deverá necessariamente passar pelo reconhecimento das particularidades do rural de cada uma destas regiões.

## 2.1 A agroindústria rural no Brasil

O tema da agroindustrialização insere-se nas discussões das transformações mais recentes do sistema agroalimentar e da agregação de valor aos produtos agropecuários. Nos últimos anos, as transformações no agronegócio têm sido intensas, especialmente em questões que perpassam meio ambiente, incrementos tecnológicos e a necessidade de maior agregação de valor aos produtos voltados aos mercados internos e externos. Na agricultura familiar, a agregação de valor também é uma necessidade manifestada tanto pelos agricultores por meio de suas iniciativas, como pelos agentes de desenvolvimento e pelas próprias políticas públicas, como o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF). Cabe destacar que, em nível nacional, as estimativas do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) apontam para a existência de aproximadamente 35 mil empreendimentos de agroindustrialização, em 2008. Já os dados do censo agropecuário (IBGE, 2007) ressaltaram que 16,7% dos estabelecimentos rurais no Brasil beneficiaram e/ou transformaram algum tipo de matéria-prima.

Por um lado, o surgimento das agroindústrias rurais em várias regiões do país pode ser situado como parte dos processos mais amplos de reconfiguração dos sistemas agroalimentares. Estas transformações estão ligadas a aspectos como a revalorização dos produtos locais e especialidades, a crescente importância social e econômica das atividades rurais não agrícolas, a crise dos processos de modernização da agricultura, consumidores mais exigentes em termos alimentares, a volta dos habitantes urbanos ao espaço rural, entre outros fatores. A agroindústria rural pode ser situada dentro de um movimento que alguns autores, como Marsden *et al.* (1992), chamam de um processo de “reestruturação dos espaços rurais” ou, na expressão de Goodman e Watts (1994), de “reconfiguração do rural e do capitalismo no sistema agroalimentar”. Já para Bonano (1999), este mesmo processo é concebido como uma “transição do fordismo para um período pós-fordista da economia, da sociedade e do sistema agroalimentar”.<sup>1</sup>

1. Hoje os papéis do espaço rural são mais amplos, envolvendo o consumo de bens materiais e simbólicos (gastronomia, festas, folclore, propriedades para descanso e lazer); de fornecimento de serviços (turismo rural, ecoturismo, pesque-pagues, serviços de pousadas); local de atividades não agrícolas e de pluriatividade; de muitas atividades ligadas à restauração e a preservação ambiental em áreas próximas à agricultura; local de produção de alimentos, entre outros papéis que se poderiam citar. Desse modo, modificam-se as atribuições que os espaços rurais possuíam para o desenvolvimento social e econômico de um país ou mesmo para o desenvolvimento rural de um local.

Por outro lado, as agroindústrias rurais surgem em função da ação dos próprios agricultores, que buscam saídas à crise de um padrão de fazer agricultura ancorado em processos de mercantilização do espaço rural, em economias de escala e com intenso uso de recursos e tecnologias externas às unidades de produção. Tal condição diminui os seus rendimentos e aumenta os custos produtivos (Ploeg, 2008), podendo a agroindustrialização apresentar-se como uma alternativa ao padrão hegemônico de desenvolvimento no campo.

Aprofundando esta questão, observa-se, então, que estas experiências surgem e se desenvolvem em função de dois fatores principais. De um lado, é reflexo destes agricultores terem sido excluídos ou não conseguirem sobreviver aos padrões técnico-produtivos impostos pelas cadeias longas de circulação de mercadorias e mercados tradicionais de *commodities* agrícolas. De outro, representam a busca por estes atores sociais de alternativas de sobrevivência por meio da própria atividade agrícola. Ao fazerem isto, propiciam a produção de alimentos fabricados artesanalmente, com outros padrões de qualidade e uma revalorização das especialidades locais e étnicas. Estas iniciativas também funcionam com base nos conhecimentos históricos dos próprios agricultores, no que se refere à produção, elaboração de alimentos e processamento, geralmente surgindo em regiões de agricultura familiar já existente há algum tempo (Oliveira *et al.*, 1999; 2002).

O debate sobre a agroindústria rural intensificou-se nos últimos anos a partir de uma compreensão que confere à agroindustrialização contribuição a uma estratégia de reprodução social de muitos agricultores de várias regiões do Brasil. Diferentes estudos buscam discutir o tema, bem como sugerem uma definição sobre o que se entende por agroindústria no espaço rural. Como apresentado, para Mior (2005), a “agroindústria familiar rural” é concebida como uma forma de organização na qual a família tem o papel central na produção, pois produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, objetivando a produção de valor de troca no ato da comercialização. Segundo o autor, a agroindústria familiar rural se constitui em um novo espaço e em um novo empreendimento social e econômico, o qual apresenta um conjunto de características variáveis de uma região para outra, tais como: localização no meio rural, utilização de máquinas e equipamentos e escalas menores, procedência própria da matéria-prima em sua maior parte, processos artesanais próprios, assim como da força de trabalho da família. Pode, ainda, constituir unidades associativas, reunindo uma ou várias famílias, com vínculos de parentesco ou não.

Já para Prezotto (1997), a agroindústria, quando familiar, pode ser definida como uma unidade de transformação e/ou beneficiamento de produtos agropecuários produzidos pelos agricultores familiares. Ela é gerenciada pelos próprios agricultores e constituída de instalações e equipamentos adequados à escala de produção não industrial tradicional, ou seja, de grandes agroindústrias.

Para Pelegrini e Gazolla (2008, p. 78), estas iniciativas em torno da agregação de valor podem ser conceituadas como atividades de produção de matérias-primas agropecuárias e alimentos com sua conseqüente transformação em derivados alimentares de diversos tipos, ocorrendo neste processo agregação de valor ao produto final. Além disso, é peculiar para estas unidades a predominância do trabalho e administração por parte do próprio núcleo familiar, que empresta os significados, conhecimentos e as estratégias que serão adotadas na atividade. Também é característico destas experiências a pequena escala de produção e as ligações locais de proximidade com os mercados, muitas destas, por vezes, informais.



Estas unidades agroindustriais surgem em locais em que há uma agricultura, geralmente familiar, consolidada há algum tempo, e se utilizam de recursos locais, tecnologias apropriadas ao ecossistema local, atendendo a novas demandas alimentares da população em termos de hábitos culturais e saúde. Outra base de desenvolvimento de muitas destas experiências de agregação de valor são as famílias rurais. Estas iniciativas são conduzidas por núcleos familiares em que os aspectos do grupo doméstico são centrais na sua viabilização, como a estrutura familiar, os conhecimentos tácitos e contextuais históricos dos membros (o saber fazer), o trabalho familiar, as estratégias da família, entre outros aspectos (Pelegrini e Gazolla, 2008).

Um terceiro conjunto de elementos que viabilizam muitas dessas unidades de agroindustrialização é a pequena escala de produção, mas com diversificação e complementação de produtos, o que conduz a economias de escopo, além de um pronunciado foco na diversificação da renda rural. Estudos também têm apontado para o papel importante dos mercados locais na reprodução destas iniciativas, pois geralmente estão ligadas a redes de proximidade, onde os tipos de transações e relações sociais estabelecidas com os consumidores e compradores são determinantes fundamentais da colocação dos seus produtos nos mercados, pois muitas iniciativas são marginais aos sistemas de fiscalização e à legislação agroalimentar vigente (Wilkinson, 2008).<sup>2</sup>

Esta breve revisão dos estudos sobre a agroindustrialização de produtos e alimentos no Brasil nos dá um perfil mínimo de como estas unidades agroindustriais funcionam. Contudo, o IBGE (2006) vale-se de uma definição normativa que apresenta uma conceitualização alargada de agroindustrialização praticada nos estabelecimentos rurais. Neste caso, qualquer produção dos estabelecimentos rurais considerada como um tipo de fabricação, transformação ou processamento implica na existência de uma “agroindústria rural”. Isto é particularmente evidente quando se verifica que um dos principais produtos corresponde às “carnes verdes”, ou seja, a carne obtida dos animais recém abatidos (suínos, bovinos, aves e outros pequenos animais) e cuja grande parcela é destinada ao autoconsumo das famílias, não sendo comercializada.

## 2.2 Perfil produtivo da agroindústria rural: uma análise macrorregional

Um primeiro aspecto que chama atenção na análise do perfil das agroindústrias rurais diz respeito ao número de estabelecimentos e à quantidade produzida. A seguir, apresenta-se a distribuição macrorregional das agroindústrias com respeito a essas duas variáveis básicas, destacando a participação de cada região. Ao mesmo tempo, são apresentados dados relativos à quantidade produzida com matéria-prima própria ou adquirida. Neste caso, cabe destacar que a totalização não corresponde a 100%, porque os percentuais apresentados não indicam as proporções da produção de acordo com a origem da matéria-prima.

### 2.2.1 Aguardente de cana

Conforme a tabela 1, a produção total de aguardente de cana no Brasil durante o ano de 2006 foi de 113,2 milhões de litros. A produção encontra-se disseminada em todas as regiões brasileiras com destaque para o Sudeste e o Nordeste, onde foram industrializados, respectivamente, 55,5% e 30,2% do total, ou seja, 85,7% da produção brasileira. As duas regiões juntas

2. Estes estudos citados se referem a definições de agroindústrias familiares, na maioria das vezes, em que há o predomínio do trabalho, administração e produção pelos membros de uma família rural. Além disso, a escala de produção é pequena e utiliza-se de recursos próprios e locais. Já a agroindústria rural que o IBGE (2006) conceitua refere-se a unidades familiares e também não familiares, sendo que estas segundas podem ser desenvolvidas em grande escala, na gestão patronal do trabalho e da produção.

também detêm uma porcentagem parecida no que tange ao número de estabelecimentos, correspondendo a 84,9% das unidades que transformaram cana-de-açúcar em aguardente. Em se tratando da proporção representativa de cada uma das regiões, do total brasileiro de 11.124 estabelecimentos agropecuários produtores de aguardente, 43,4% estão no Nordeste e 41,5% no Sudeste. Ao mesmo tempo em que o número de unidades e a quantidade produzida para as duas regiões geram valores praticamente idênticos, verifica-se que a região Sudeste produz aproximadamente 15% mais que a região Nordeste, fazendo aparecer um aspecto relacionado à capacidade produtiva média das unidades agroindustriais destas regiões. A escala de produção superior na região Sudeste revela que, enquanto cada estabelecimento do Nordeste produz em média 7,1 mil litros do produto, no Sudeste, esta média situa-se em 13,6 mil litros.

Nas demais regiões, 14,3% da produção total de aguardente brasileira foram transformadas, sendo que, na região Sul, são produzidos 13,0%, ficando o Centro-Oeste e o Norte responsáveis pela produção de apenas 1,3%. A capacidade de produção das unidades localizadas no Sul é, em média, de 9,56 mil litros, enquanto na região Centro-Oeste de 9,52 mil litros e, na Norte, 10 mil litros.

TABELA 1

**Aguardente de cana – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)**

	Número de estabelecimentos	%	Quantidade produzida (mil litros)	%	Produção com matéria-prima própria (mil litros)	%	Produção com matéria-prima adquirida (mil litros)	%
Norte	31	0,3	310	0,3	230	74,2	80	25,8
Nordeste	4.823	43,4	34.234	30,2	25.934	75,8	8.300	24,2
Sudeste	4.614	41,5	62.837	55,5	50.703	80,7	12.134	19,3
Sul	1.535	13,8	14.675	13,0	13.563	92,4	1.112	7,6
Centro-Oeste	121	1,1	1152	1,0	1.027	89,1	125	10,9
<b>Brasil</b>	<b>11.124</b>	<b>100,0</b>	<b>113.208</b>	<b>100,0</b>	<b>91.457</b>	<b>80,8</b>	<b>21.751</b>	<b>19,2</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

De um total de 113,2 milhões de litros, 91 mil foram produzidos com matéria-prima própria e 21 mil com matéria-prima adquirida, indicando que 80,8% da produção provieram de matéria-prima produzida no estabelecimento em que se encontrava a agroindústria rural. Os valores da produção com matéria-prima própria para cada uma das regiões denotam que a região Sul obteve maior quantidade de aguardente com a cana-de-açúcar do próprio estabelecimento. No estado, de um total de 14,675 milhões de litros, 92,4%, ou seja, aproximadamente 13,3 milhões de litros possuem origem em matéria-prima própria. Apesar de esta região deter a maior porcentagem de estabelecimentos que produzem com matéria-prima própria, a região Sudeste e a Nordeste também produzem, respectivamente, 80,7% e 75,8% da sua produção com matéria-prima própria e apresentaram maior número de estabelecimentos produtores de aguardente. Nestas regiões, respectivamente, 3.725 e 3.657 estabelecimentos transformaram a cana que cultivaram, enquanto, no Sul, o número de estabelecimentos era de 1.418. Na outra extremidade da linha que delimita a amplitude de variações da produção com matéria-prima própria e adquirida, encontra-se o Norte. Nesta região, de um total de 310 mil litros, 230 mil tiveram origem a partir de matéria-prima própria, notabilizando 74,2% do total produzido em 23 estabelecimentos. Na região Centro-Oeste, 89,1% da produção era de origem própria, onde 107 estabelecimentos transformavam a própria matéria-prima.

### 2.2.2 Doces e geleias

Os doces e geleias, outro produto da agroindústria rural, foram produzidos em 14.647 estabelecimentos em todo o Brasil. Em termos de quantidade transformada, estes estabelecimentos produziram um total de 6.357 t. A grande maioria dos estabelecimentos localizava-se na região Sul, onde se encontravam 11.486, o que representa em números percentuais o equivalente a 78,4%. Assim como para a variável número de informantes, a região Sul demonstrou a maior quantidade produzida. Conforme a tabela 2, as regiões brasileiras que mais produziram este tipo de produto foram Sul, Nordeste e Sudeste, com produções que representam, em números percentuais, 44,7%, 30,5% e 19,2%, respectivamente. Entretanto, nestas outras duas regiões, a porção de informantes era bem inferior, pois nelas se localizam apenas 9,3% e 6,2% dos estabelecimentos.

A variação regional da porcentagem relativa às variáveis número de informantes e quantidade produzida indica variação na escala de produção das agroindústrias. Conforme as diferenças regionais para estas variáveis, as unidades produtoras de doces e geleias localizadas na região Sul eram de uma escala inferior àquelas localizadas nas regiões Sudeste e Nordeste. Enquanto, para estas regiões, verificava-se uma produção média de 1,33 e 1,42 t por estabelecimento, na região Sul, a produção média que cada um dos 11.486 estabelecimentos declarou produzir era de 0,24 t. Um dos fatores que pode explicar a concentração do número de produtores de doces e geleias e a baixa escala de produção observada na região Sul é a colonização europeia, que predominou em algumas áreas. No sudoeste paranaense, no oeste catarinense e no noroeste gaúcho, os pequenos lotes distribuídos aos imigrantes e a sucessão hereditária que gerou a fragmentação destes lotes fez com que nestas áreas predominassem estabelecimentos agropecuários classificados como minifúndios. Estes minifúndios podem fornecer a explicação para a escala de produção menor das agroindústrias rurais localizadas na região Sul conjuntamente com a cultura dos imigrantes europeus de beneficiar os produtos agrícolas para o autoconsumo. Assim, parte da produção de doces e geleias produzida no Sul do Brasil pode ter tido a finalidade de atender ao consumo da própria família e, por isso, se dar em pequena quantidade.

TABELA 2  
**Doces e geleias – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)**

	Número de estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Produção com matéria-prima própria (t)	%	Produção com matéria-prima adquirida (t)	%
Norte	533	3,6	112	1,8	79	70,5	33	29,5
Nordeste	1358	9,3	1939	30,5	471	24,3	1468	75,7
Sudeste	915	6,2	1219	19,2	854	70,1	365	29,9
Sul	11486	78,4	2842	44,7	2580	90,8	262	9,2
Centro-Oeste	355	2,4	245	3,9	189	77,1	56	22,9
<b>Brasil</b>	<b>14.647</b>	<b>100,0</b>	<b>6.357</b>	<b>100,0</b>	<b>4.173</b>	<b>65,6</b>	<b>2.185</b>	<b>34,4</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

O restante da produção brasileira, equivalente a 5,7%, foi produzida nas regiões Centro-Oeste e Norte. Nestas regiões, encontravam-se 3,6% e 2,4% dos produtores de doces e geleias. A região Norte detinha capacidade produtiva da ordem de 0,21 t do produto por estabelecimento, uma escala produtiva menor que aquela alcançada pela região Sul; e a Centro-Oeste, de 0,69 t, estando em posição intermediária no *ranking* de quantidades produzidas por estabelecimento nas cinco regiões brasileiras.

Em quatro regiões brasileiras (Norte, Sudeste, Sul e Centro-Oeste), observa-se que mais da metade da produção de doces e geleias era proveniente de matéria-prima própria, sendo que, na região Sul, estes números eram de 90,8% – o que equivale, em média, a 10.750 estabelecimentos produtores da matéria-prima. Para as demais regiões, os doces e as geleias produzidos com fonte própria estavam na casa dos 70%, verificando-se que, na região Sudeste, 70,1% do produzido era proveniente de matéria-prima própria, na Norte, 70,5%, e na Centro-Oeste, 77,1% (produção obtida em 642, 376 e 273 estabelecimentos, respectivamente). Se comparada com as demais regiões, a região Sul tem a maior porcentagem de estabelecimentos que produzem doces e geleias com matéria-prima de origem própria, constituindo-se em mais um indicativo de que, nesta região, a produção de doces e geleias é majoritariamente destinada ao consumo da família. Por sua vez, na região Nordeste, notava-se uma inversão relativa às quantidades produzidas conforme a procedência da matéria-prima. Nesta, a produção com matéria-prima de fonte externa ao estabelecimento gerava uma produção de 75,7% do total transformado por 1.027 produtores.

### 2.2.3 Embutidos

Embutidos são alimentos derivados de origem animal, geralmente fabricados com carnes suínas, bovinas e de aves. Compõem este grupo de alimentos as chamadas copas, salames, linguiças, salsichas e outros alimentos do gênero. Conforme a tabela 3, no ano referência do Censo Agropecuário, a produção de embutidos foi de 2.953 t. Este produto possui uma ampla concentração da produção na região Sul, onde foram produzidas 2.591 t, representando 87,7% da produção total brasileira. Em seguida, no *ranking* das principais regiões produtoras, aparecem o Sudeste, onde foram produzidas 224t, e o Centro-Oeste, com uma produção de 91t. Nordeste e Norte produziram, respectivamente, 36 e 11 t, condizendo com 1,2% e 0,4% do total produzido no Brasil.

Do mesmo modo que para os doces e geleias, um dos fatores que incentivou a produção de embutidos em maior quantidade na região Sul foi a colonização europeia, que se consolidou com base em estabelecimentos rurais familiares. Os agricultores produziam embutidos para conservar os produtos alimentícios de origem animal (devido à ausência de refrigeração nas propriedades até o início do século passado em algumas regiões) e seus sucessores aprenderam as técnicas do preparo e as mantiveram até os dias atuais, por apreciarem o produto e possuírem isso como um costume cultural e alimentar institucionalizado.

TABELA 3

**Embutidos – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)**

	Número de informantes	%	Quantidade produzida (t)	%	Produção com matéria-prima própria (t)	%	Produção com matéria-prima adquirida (t)	%
Norte	87	0,5	11	0,4	6	54,5	5	45,5
Nordeste	30	0,2	36	1,2	29	80,6	7	19,4
Sudeste	133	0,8	224	7,6	62	27,7	162	72,3
Sul	17.357	97,9	2.591	87,7	1.694	65,4	897	34,6
Centro-Oeste	115	0,6	91	3,1	63	69,2	28	30,8
<b>Brasil</b>	<b>17.722</b>	<b>100,0</b>	<b>2.953</b>	<b>100,0</b>	<b>1.854</b>	<b>62,8</b>	<b>1.099</b>	<b>37,2</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Em todo o Brasil, foram 17.722 estabelecimentos que declararam produzir embutidos no ano de 2006. Assim como a produção predomina na região Sul, a grande maioria destes estabelecimentos está concentrada nesta porção territorial. São 17.357 estabelecimentos, que representam 97,9% dos estabelecimentos que produziram embutidos no Brasil. Esta ampla concentração determina que o número percentual de informantes nas demais regiões seja quase inexpressivo.

Conforme os dados apresentados na tabela anterior, nota-se que a capacidade produtiva das agroindústrias demonstra variação regional parecida àquela observada para doces e geleias, na qual a região que mais produziu detém uma das menores escalas produtivas e o maior número de produtores (12.100) que processavam a matéria-prima de origem própria. Para este produto, a escala de produção das agroindústrias do Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste eram, em média, obedecendo à ordem de citação das regiões, de 1,68, 1,2 e 0,79 t, e das agroindústrias do Sul e do Norte, de 0,14 e 0,12 t. A região Sudeste, além de se destacar por ter a maior escala de produção, foi a única região que produziu a maior quantidade dos embutidos com matéria-prima adquirida. Das 224 t produzidas, 162 t, isto é, 72,3%, foram produzidos com matéria-prima adquirida. A predominância de matéria-prima externa conciliada com a produção em maior escala induzem a considerar que podem haver unidades que não são de origem familiar em maior número que em outras regiões, assim como a produção não ser destinada majoritariamente para o autoconsumo. Para as demais regiões, a origem da matéria-prima foi em mais de 50% de fontes próprias. Para o Nordeste este valor percentual é de 80,6%, para o Centro-Oeste 69,2%, e para o Sul, 65,4%. O Norte destaca-se por ter utilizado quantidades parecidas de matéria-prima própria e adquirida, pois a porcentagem transformada com matéria-prima própria era de 54,5%.

#### 2.2.4 Farinha de mandioca

No ano de 2006, foram produzidos no Brasil 1.332.875 t de farinha de mandioca. A maior parte desta produção é proveniente das regiões Nordeste e Norte, onde foram produzidos, respectivamente, 50,4% e 46,9% deste total. Este fato pode ser explicado ao se observar que, nas regiões Nordeste e Norte, este produto é típico da culinária e hábitos alimentares locais. Ademais, na região Norte existem áreas que são ocupadas por agricultores posseiros e ribeirinhos que têm como principais atividades agrícolas aquelas ligadas à produção de mandioca e de farinha como base alimentar tradicional proveniente da cultura indígena e cabocla (IBGE, 2006).

Estas regiões com maior produção de farinha também concentram um número mais significativo de unidades produtoras de farinha. Do total de 264.882 estabelecimentos brasileiros, uma quantia significativa destes está localizada na região Nordeste, equivalendo a 177.655 (67,1%) unidades. Por sua vez, na região Norte se encontram mais 67.066 unidades produtoras, o que corresponde a 25,3% do total brasileiro. Estas duas regiões demonstram variações na capacidade de produção das agroindústrias. A distância entre o número relativo aos informantes e a quantidade produzida na região Norte demonstra que a capacidade produtiva destas agroindústrias atingiu um patamar que é superior ao das agroindústrias localizadas na região Nordeste. Em média, cada unidade transformadora do Norte produz 9,31 t, enquanto aquelas localizadas no Nordeste, 3,78.

TABELA 4

**Farinha de mandioca – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)**

	Número de informantes	%	Quantidade produzida (t)	%	Produção com matéria-prima própria (t)	%	Produção com matéria-prima adquirida (t)	%
Norte	67.066	25,3	624.892	46,9	573.919	91,8	50.973	8,2
Nordeste	177.655	67,1	671.719	50,4	591.896	88,1	79.823	11,9
Sudeste	17.498	6,6	23.273	1,7	19.964	85,8	3.309	14,2
Sul	422	0,2	7.102	0,5	2.252	31,7	4.850	68,3
Centro-Oeste	2.241	0,8	5.889	0,4	5.183	88,0	706	12,0
<b>Brasil</b>	<b>264.882</b>	<b>100,0</b>	<b>1.332.875</b>	<b>100,0</b>	<b>1.193.214</b>	<b>89,5</b>	<b>139.660</b>	<b>10,5</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Comparadas com as demais regiões brasileiras, Norte e Nordeste demonstram que a capacidade de produção das suas respectivas agroindústrias é superior às observadas no Centro-Oeste e no Sudeste. No Sudeste, são produzidas 23.273 t (1,7% da produção brasileira), ao passo que se localizam 17.498 dos produtores (6,6% do total nacional). Isto gera uma capacidade produtiva de aproximadamente 1,33 t por unidade transformadora. No Centro-Oeste, são produzidas 5.889 t (0,4%) e existem 2.241 informantes (0,8%), o que atribui a esta região uma produção média para cada agroindústria de 2,62 t. Entretanto, ao se observar os números da quantidade produzida (7.102 t) e dos informantes (422) na região Sul, nota-se que a escala produtiva desta região é superior àquela observada nas outras regiões, correspondendo a 16,82 t. Isto contrasta com o que foi observado nos casos dos doces, geleias e embutidos, em que a produção e os informantes se encontram predominantemente na região sulina, enquanto a escala de produção é uma das menores na comparação macrorregional.

Outra particularidade que a região Sul assume em relação a este derivado da mandioca relaciona-se à origem da matéria-prima. Esta região, ao contrário das demais, produz mais farinha com matéria-prima provinda do exterior do estabelecimento. Da total da produção, 68,3% eram originários de matéria-prima adquirida. De outro modo, nas demais regiões, observa-se o predomínio da produção com fonte de matéria-prima do estabelecimento. Nestas regiões e nestes estabelecimentos, a produção de farinha de mandioca com procedência própria está acima de 85% de suas respectivas produções totais.

### 2.2.5 Fubá de milho

Em relação ao fubá de milho, a produção brasileira no ano de 2006 foi de 16.277 t (tabela 5). Esta quantidade é proveniente principalmente da região Sudeste, onde foi registrada uma produção de 13.510 t, ou seja, 83% do elaborado no Brasil. A região também sustentou o maior número de produtores do derivado de milho. Dos 7.438 estabelecimentos que produziram fubá no Brasil, 5.664 (76,1%) estavam nesta região, com uma escala média de 2,38 t por estabelecimento.

Comparativamente aos números relativos à produção de fubá de milho no Sudeste, as demais regiões produziram quantidades menos expressivas. Na região Sul, foram produzidas 1.515 t o que corresponde a 9,3% do total produzido no país. Em seguida, a região Centro-Oeste apresentou uma produção de 672 t, correspondendo a 4,1%. A região Nordeste produziu 549 t, representando 3,4% e, por último, a região Norte produziu 31 t representativas de 0,2% da produção nacional. O número percentual de informantes que cada uma das regiões detinha é similar ao percentual da quantidade produzida, mas é possível notar algumas alterações. Verifica-se que a segunda maior produtora (Sul) possuía menos



produtores (547 ou 7,4%) que a quarta região que mais produziu (Nordeste) (1.098 ou 14,8%). Estas mudanças nas posições relativas às variáveis produção e número de informantes denotam que a escala de produção das agroindústrias destas regiões variam consideravelmente. A capacidade produtiva do Sul era de 2,76 t por estabelecimento, enquanto a verificada no Nordeste era bem inferior, representando 0,5 t por estabelecimento. Houve alteração entre as posições relativas a estas variáveis para as outras regiões quando se percebe que no Norte estavam 109 produtores e, no Centro-Oeste, 20. Estes dados fazem com que a terceira região que mais produziu (Centro-Oeste) esteja na última colocação no que tange à variável número de informantes, destoando das agroindústrias que têm a maior escala de produção entre as produtoras de fubá em todo o Brasil, pois detinha uma capacidade que se aproxima de 33,6 t por estabelecimento. Ao contrário, a região Norte produzia aproximadamente 0,28 t de fubá por unidade transformadora.

TABELA 5

**Fubá de milho – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras**

	Número de informantes	%	Quantidade produzida (t)	%	Produção com matéria-prima própria (t)	%	Produção com matéria-prima adquirida (t)	%
Norte	109	1,5	31	0,2	27	87,1	4	12,9
Nordeste	1.098	14,8	549	3,4	304	55,4	245	44,6
Sudeste	5.664	76,1	13.510	83,0	10.004	74,0	3.506	26,0
Sul	547	7,4	1.515	9,3	522	34,5	993	65,5
Centro-Oeste	20	0,3	672	4,1	669	99,6	3	0,4
<b>Brasil</b>	<b>7.438</b>	<b>100,0</b>	<b>16.277</b>	<b>100,0</b>	<b>11.526</b>	<b>70,8</b>	<b>4.751</b>	<b>29,2</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

A origem da matéria-prima para processamento varia consideravelmente entre as regiões. Esta variação vai de uma produção de 34,5% originária de matéria-prima própria no Sul, até a quase totalidade da produção provinda destes meios no Centro-Oeste, região onde apenas 3 t de um total de 672 foram produzidas com matéria-prima adquirida (representando 99,6% do milho transformado com matéria-prima de origem do próprio estabelecimento). Isto mostra maior autonomia dos estabelecimentos rurais desta região que produzem quase a totalidade da sua própria matéria-prima. Entre estes extremos de produtividades com matéria-prima de origem própria, encontram-se as demais regiões brasileiras: Nordeste, 55,4%; Sudeste, 74%; e Norte, 87%.

### 2.2.6 Goma ou tapioca

Outro produto da agroindústria rural brasileira escolhido para ser analisado é a goma ou tapioca. Este é mais um produto derivado da mandioca e, similarmente ao observado no caso da farinha, o beneficiamento ocorre em maior quantidade na região Nordeste, haja vista que se trata de mais um produto característico da região. Conforme a tabela 6, das 46.901 t produzidas em todo o Brasil no ano de 2006, 36.644 t foram produzidas nesta região (78,1% do total nacional).

A distribuição em termos de número de estabelecimentos é similar à distribuição da produção pelas regiões brasileiras, reparando-se que, dos 40.251 estabelecimentos produtores, 77,3% (31.102) se localizavam na região Nordeste. A região Sudeste produziu 5.061 t, o equivalente a 10,8% do total transformado no Brasil, em 5.182 (12,9%) estabelecimentos. Na região Norte, foram produzidas 3.036 t (6,5%) e ali se concentram 3.529 informantes (8,8%).

A região Centro-Oeste, que contribuía para a produção nacional de maneira pouco significativa, produzindo o equivalente a 323 t (0,7%), detinha 420 produtores (1%). A relativa proximidade entre os valores percentuais e absolutos referentes às variáveis quantidades produzidas e ao número de informantes resulta em uma escala produtiva que se aproxima, em média, a uma t por agroindústria em todas as regiões (1,17 no Nordeste, 0,97 no Sudeste, 0,86 no Norte e 0,76 no Centro-Oeste), demonstrando que a capacidade de produção média nestas regiões se encontra distribuída de maneira mais homogênea.

TABELA 6

**Goma ou tapioca – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)**

	Número de informantes	%	Quantidade produzida (t)	%	Produção com matéria-prima própria (t)	%	Produção com matéria-prima adquirida (t)	%
Norte	3.529	8,8	3.036	6,5	2.366	77,9	670	22,1
Nordeste	31.102	77,3	36.644	78,1	33.232	90,7	3.412	9,3
Sudeste	5.182	12,9	5.061	10,8	4.355	86,1	706	13,9
Sul	18	0,0	1.837	3,9	767	41,8	1.070	58,2
Centro-Oeste	420	1,0	323	0,7	270	83,6	53	16,4
<b>Brasil</b>	<b>40.251</b>	<b>100,0</b>	<b>46.901</b>	<b>100,0</b>	<b>40.991</b>	<b>87,4</b>	<b>5.911</b>	<b>12,6</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Na região Sul, observa-se que a escala de produção das agroindústrias é superior. Nesta porção territorial, foram produzidas 1.837 t (3,9% da produção nacional) de goma ou tapioca em apenas dezoito estabelecimentos (0,04%). Assim, a produção média por agroindústria é de 102 t, caracterizando uma capacidade produtiva que era aproximadamente cem vezes superior à verificada nas demais regiões. Para este produto, distintamente do que se observou para os doces, geleias e embutidos, a escala de produção das agroindústrias do Sul é maior que as localizadas nas demais regiões. Entretanto, a participação do Sul no total do produto beneficiado no Brasil era inferior a outras três regiões brasileiras, ficando à frente apenas do Centro-Oeste.

Outra distinção verificada na região Sul para a produção de goma e tapioca refere-se à origem da matéria-prima. Similarmente à farinha de mandioca e ao fubá de milho, nesta região, os números da produção de goma ou tapioca com matéria-prima de origem adquirida são maiores que os valores relativos à porcentagem proveniente do próprio estabelecimento. Nos estados do Sul, houve produção de 767 t (41,8%) com matéria-prima do estabelecimento e 1.070 t (58,2%) com matéria-prima de origem externa. Nas demais regiões, nota-se que a produção é majoritariamente executada com matéria-prima do próprio estabelecimento sendo sempre superior a três quartos da produção total.

### 2.2.7 Pães, bolos e biscoitos

A tabela 7 traz o detalhamento da produção de pães, bolos e biscoitos, a qual contabilizou 9.275 t no ano de 2006 no Brasil. Grande parte desta produção é proveniente da região Sul, sendo que ali são manufaturadas 8.383 t (90,4% da produção total brasileira). Estando a produção concentrada no Sul, as demais regiões contribuem com quantidades bastante inferiores. Nota-se que o Sudeste detém a segunda maior produção, com 343 t; a região Nordeste aparece subsequentemente com uma produção 268 t, na penúltima posição está o Norte, com uma produtividade de 163 t e, por último, o Centro-Oeste, onde se verifica que são transformadas 119 t.



A predominância da região Sul neste tipo de agroindústria mantém-se em relação à variável número de informantes. De um total de 34.829 produtores brasileiros de pães, bolos e biscoitos, 31.877 (91,5%) estão localizados no Sul. Além de esta região apresentar números proporcionais similares entre as variáveis quantidade produzida e número de informantes, repara-se, na tabela 7, que esta similaridade também se repete em todas as demais regiões brasileiras. No Sul, cada estabelecimento produziu em média 0,26 t do produto, no Sudeste, produziu-se, em cada unidade, 0,28 t, no Nordeste, foram produzidos 0,34 t, no Norte, 0,20, e no Centro-Oeste, cada agroindústria processou em média o equivalente a 0,62 t. Esta similaridade entre os números faz sobressair uma característica da produção de pães, bolos e biscoitos, revelando que as unidades transformadoras existentes no Brasil detêm uma escala similar no beneficiamento deste tipo de produto.

TABELA 7  
Pães, bolos e biscoitos – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras

	Número de informantes (unidades)	%	Quantidade produzida (t)	%	Produção com matéria-prima própria (t)	%	Produção com matéria-prima adquirida (t)	%
Norte	802	2,3	163	1,6	86	52,8	77	47,2
Nordeste	773	2,2	268	2,6	141	52,6	127	47,4
Sudeste	1.187	3,4	343	3,3	185	53,9	158	46,1
Sul	31.877	91,5	8.383	91,1	3.997	47,7	4.386	52,3
Centro-Oeste	190	0,5	119	1,4	53	44,5	66	55,5
<b>Brasil</b>	<b>34.829</b>	<b>100,0</b>	<b>9.275</b>	<b>100,0</b>	<b>4.462</b>	<b>48,1</b>	<b>4.813</b>	<b>51,9</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Afora esta relativa homogeneidade no tamanho das agroindústrias, é possível observar outra característica comum entre todas as regiões brasileiras no que diz respeito à origem da matéria-prima. A região Sudeste produziu seus pães, bolos e biscoitos com 53,9% de matéria-prima própria, a Norte com 52,8% de matéria-prima própria; a região Nordeste com 52,6%, a região Sul com 47,7%, e a região Centro-Oeste com 44,5% de matéria-prima do próprio estabelecimento. Assim, observa-se que a produção nacional do produto era obtida tanto de matéria-prima do estabelecimento como de ingredientes adquiridos externamente em proporção bastante similar, mas com pequenas variações regionais.

### 2.2.8 Queijo ou requeijão

Outro produto que ilustra similaridades entre as regiões para a variável que descreve a origem da matéria-prima é o queijo ou requeijão (tabela 8). Entretanto, neste caso, não se trata de um equilíbrio nas quantidades de ingredientes que são obtidos externamente e internamente à propriedade, mas de uma leve variação entre as regiões mantendo valores percentuais altos para a matéria-prima proveniente do próprio estabelecimento. Conforme a tabela 8, a quantidade produzida com matéria-prima própria, apesar das distintas quantidades produzidas nas diferentes regiões, adquire valores percentuais parecidos, exibindo uma amplitude que vai de 82,4%, para o Nordeste, e 90,4% para a região Sul.

Distintamente do observado nas colunas das duas primeiras variáveis da tabela de pães, bolos e biscoitos, esses derivados de leite não apresentam uma simetria de valores percentuais para o número de informantes e a quantidade produzida. Para o caso deste produto, pode ocorrer que um grande número de produtores contribua de maneira menos significativa na produção nacional. Observa-se este fenômeno nos dados para a região

Sul, onde 30.783 produtores (38,1%), dos 80.825 existentes em todo Brasil, produzem o equivalente a 14.344 t, ou seja, 12,9% da quantidade total produzida, que é de 111.464 t. Outras regiões demonstraram um comportamento diverso, revelando um número de informantes menor que produz uma quantidade mais expressiva de queijo e requeijão. Este é o caso do Sudeste e do Nordeste, que, respectivamente, com 21.837 e 19.304 informantes (27% e 23,9%), produzem o equivalente a 48.806 e 35.800 t.

TABELA 8

**Queijo ou requeijão – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)**

	Número de informantes (unidades)	%	Quantidade produzida (t)	%	Produção com matéria-prima própria (t)	%	Produção com matéria-prima adquirida (t)	%
Norte	2981	3,7	3.867	3,5	3.344	86,5	523	13,5
Nordeste	19.304	23,9	35.800	32,1	29.482	82,4	6.318	17,6
Sudeste	21.837	27,0	48.806	43,8	43.469	89,1	5.337	10,9
Sul	30.783	38,1	14.344	12,9	12.963	90,4	1.381	9,6
Centro-Oeste	5.920	7,3	8.647	7,8	7.801	90,2	846	9,8
<b>Brasil</b>	<b>80.825</b>	<b>100,0</b>	<b>111.464</b>	<b>100,0</b>	<b>97.058</b>	<b>87,1</b>	<b>14.405</b>	<b>12,9</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Essas diferenças regionais definem distintas escalas de produção. Enquanto a região Sul produz, em média, 0,46 t por agroindústria, as regiões Sudeste e Nordeste produzem, respectivamente, 2,23 e 1,85 t por estabelecimento. Isto indica que as agroindústrias das regiões que mais industrializaram o produto o fizeram em quantidades, aproximadamente, quatro vezes superior. Nas demais regiões, esta disparidade comentada não é perceptível, pois os percentuais destas variáveis não são distintos, o que indica uma escala de produção próxima. A região Centro-Oeste produziu aproximadamente 1,46 t por agroindústria, e a região Norte, menor produtora do Brasil, produziu em escala algo em torno de 1,29 t. Conforme estes dados, observa-se que nas regiões Nordeste e Sudeste estavam os estabelecimentos que detinham uma produção média superior à encontrada no Sul. As demais regiões concentravam aproximadamente 11% das unidades produtoras, valores percentuais aproximados dos relativos à quantidade produzida.

### 2.2.9 Rapadura

O último produto a ser analisado é a rapadura. No Brasil, em 2006, foram produzidas 33.871 t de rapadura (tabela 9). Para o caso deste produto, verifica-se que a atividade ocorre em todas as regiões, mas duas regiões em especial geram a grande maioria da produção nacional. Nordeste e Sudeste produzem, conjuntamente, mais de 92% deste montante. Apesar de estas regiões serem as principais produtoras, observa-se que somente a região Nordeste produz 70,6% do total, enquanto a região Sudeste produz 21,4%. Estas duas regiões também revelam o maior número de produtores, 10.994 de um total de 14.680 no Brasil. Entre os produtores localizados nestas regiões, 44,6% estavam no Nordeste e 30,3% no Sudeste. Estes dados referentes à concentração dos estabelecimentos produtores de rapadura, quando observados conjuntamente e em comparação com os dados da quantidade produzida, demonstram, novamente, a diferença regional da capacidade produtiva das agroindústrias. Eles revelam que cada agroindústria do Nordeste produz, em média, de 3.653 kg, enquanto cada unidade produtiva do Sudeste beneficia uma média de 1.630 kg.

TABELA 9

**Rapadura – Número de informantes, quantidade produzida e tipo de matéria-prima utilizada nas diferentes regiões brasileiras (2006)**

	Número de informantes	%	Quantidade produzida (t)	%	Produção com matéria-prima própria (t)	%	Produção com matéria-prima adquirida (t)	%
Norte	217	1,5	283	0,8	246	86,9	37	13,1
Nordeste	6.543	44,6	23.903	70,6	21.608	90,4	2.295	9,6
Sudeste	4.451	30,3	7.257	21,4	6.689	92,2	568	7,8
Sul	2.746	18,7	909	2,7	721	79,3	188	20,7
Centro-Oeste	723	4,9	1.519	4,5	1.258	82,8	261	17,2
<b>Brasil</b>	<b>14.680</b>	<b>100,0</b>	<b>33.871</b>	<b>100,0</b>	<b>30.522</b>	<b>90,1</b>	<b>3.350</b>	<b>9,9</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Outra região que apresenta proporção significativa de unidades produtoras de rapadura é a Sul. Nela encontravam-se 2.746 produtores (18,7% dos estabelecimentos do Brasil), responsáveis pela produção de apenas 2,7% do produto nacional, equivalendo a uma industrialização média de 331 kg por agroindústria, a menor escala produtiva do Brasil para este produto. Conforme os dados, as agroindústrias da região Nordeste são, em média, dez vezes maiores do que as agroindústrias localizadas na região Sul. Em outra região, Centro-Oeste, há uma produção equivalente a 1.519 t (4,5% da produção nacional) e encontram-se 4,9% dos informantes, que produzem, em média, 2.100 kg. Finalmente, no Norte, encontram-se 217 produtores que produzem 283 t do produto, ou seja, 1.304 kg por unidade beneficiadora.

A produção de rapadura com matéria-prima de origem própria é superior a 79,3%. A região que mais adquire matéria-prima externa para a produção de rapadura foi a Sul, onde 20,6% provieram do exterior do estabelecimento. Nas demais regiões, o percentual de matéria-prima própria varia entre 82,8% na região Centro-Oeste até o extremo de 92,2% verificado no Sudeste.

### 2.3 Uma síntese preliminar sobre o perfil das agroindústrias rurais

Conforme a descrição apresentada na seção anterior para os nove produtos da agroindústria rural selecionados, percebe-se que as características ligadas à produção variam de região para região e de produto para produto. Particularidades constantes em todos estes alimentos beneficiados não são facilmente identificadas. As especificidades que existem englobam um conjunto pequeno de produtos. Elas se mostram mais evidentes quando se percebem algumas similaridades ligadas à cultura e aos hábitos alimentares da população, às condições edafoclimáticas e à estrutura agrária.

Para alguns produtos, as regiões apontam um comportamento similar quanto à escala de produção. No caso de doces, geleias e embutidos, nota-se que a principal região produtora (o Sul) detém uma escala produtiva agroindustrial inferior quando em comparação com as demais regiões. Para outros três produtos, o fubá de milho, o queijo e requeijão e a rapadura, observa-se um comportamento diverso, de modo que a escala produtiva das regiões que mais produziram (Sudeste e Nordeste) é maior que aquela encontrada nas demais regiões que produziram em menor quantidade. Para a goma e tapioca e os pães, bolos e biscoitos percebe-se que a escala produtiva mantém-se mais constante para as cinco regiões brasileiras, independentemente da quantidade produzida. Para os outros produtos, aguardente de cana e farinha de mandioca, que apresentam duas regiões principais

produtoras (Sudeste e Nordeste e Nordeste e Norte), verifica-se que a escala produtiva variou entre elas, ou seja, uma destas regiões produziu em agroindústrias que, em média, possuíam menor escala e a outra produziu em agroindústrias de maior escala.

As variações nas escalas de produção para os produtos e as regiões salientam a existência de realidades diferenciadas. Do mesmo modo que a diversificação aparece em regiões que eram as maiores produtoras nacionais, observa-se uma tendência que é verificada nas regiões que eram as menores produtoras e estão conectadas às variáveis relacionadas à origem da matéria-prima. Para algumas das regiões que produziram as menores quantidades de produtos no caso da aguardente de cana, dos embutidos, da farinha de mandioca e do fubá de milho, constatam-se porções mais significativas de produção com matéria-prima adquirida. Isso demonstra que, em regiões onde o produto da agroindústria rural é menos característico da economia regional, a matéria-prima é proveniente em menos abundância do próprio estabelecimento agropecuário.

Deve-se ratificar que a metodologia adotada pelo IBGE incorpora os produtos da agroindústria rural destinados ao autoconsumo e outras finalidades (produtos doados, estocados, perdidos etc.). Nestes casos, frequentemente os produtos são processados com matéria-prima proveniente do próprio estabelecimento. A produção para o autoconsumo está muito ligada às características culturais relacionadas à alimentação de determinado grupo social. A identificação deste tipo de produção auxilia a compreender a existência de agroindústrias com menor escala de produção, uma vez que a fabricação é direcionada e estrategicamente calculada pelo grupo familiar em quantidades que atendam as necessidades de consumo dos seus membros (Gazolla, 2004; Grisa, 2007).

Os produtos processados em escalas menores geralmente associam-se mais diretamente aos hábitos alimentares da população local, como é o caso da farinha de mandioca na região Nordeste e dos embutidos na região Sul. De outro modo, produtos com uma escala de produção mais elevada não são necessariamente parte dos alimentos típicos da região, mas indicam que a produção agroindustrial pode compor uma das estratégias utilizadas pelos estabelecimentos, sejam eles grandes ou pequenos, para sobreviverem em um novo contexto da economia.

Um dos limites evidentes desta análise é que, até o momento, todas as considerações são elaboradas a partir de médias, o que sabidamente oculta informações que se encontram nas extremidades da amplitude da capacidade produtiva de cada agroindústria rural. Assim, estes dados devem ser considerados de maneira relativizada. Ademais, são apontamentos realizados para grandes porções territoriais, que contém inúmeras diversidades. Estudos empíricos das dinâmicas próprias das regiões e locais são necessários para identificar um perfil produtivo da agroindústria rural mais próximo das realidades específicas de cada lugar.

TABELA 10

**Distribuição produtiva macrorregional dos produtos da agroindústria rural (2006)**

	Nordeste	Sudeste	Sul	Norte	Centro-Oeste
Principal produtora	Farinha de mandioca Goma ou tapioca Rapadura	Aguardente de cana Fubá de milho Queijo ou requeijão	Doces e geleias Embutidos Panificados	-	-
Segunda principal produtora	Aguardente de cana Doces e geleias Queijo e requeijão	Embutidos Goma ou tapioca Panificados Rapadura	Fubá de milho	Farinha de mandioca	-

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Além disso, é possível perceber que, para cada um dos produtos, há diferentes quantidades produzidas em cada região, o que caracteriza em que regiões ou região a produção de determinados alimentos predomina. Observa-se que os nove produtos da agroindústria rural analisados eram predominantemente produzidos nas grandes regiões Nordeste, Sudeste e Sul. Cada uma destas regiões foi a maior produtora para três distintos produtos. Estas regiões também dividem a segunda colocação entre as regiões que mais produzem, com exceção de um produto. Na tabela 10, é possível observar esta distribuição regional da produção.

Ao se considerar somente as duas principais regiões produtoras, nota-se que a região Norte é a segunda maior produtora apenas do produto farinha de mandioca. A região Centro-Oeste não se destaca como uma das principais produtoras para nenhum dos produtos analisados. Esta região apresenta outra peculiaridade caracterizada pela concentração de grandes estabelecimentos agropecuários que compõe parcela significativa das agroindústrias não familiares. De modo geral, os estabelecimentos não familiares contêm um perfil de produção em larga escala, mais inserida nas cadeias longas e especializadas.

### **3 OS MERCADOS E CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DA AGROINDÚSTRIA RURAL**

Nos últimos anos, a “agroindústria rural” obteve crescente reconhecimento nos estudos rurais e no âmbito político-institucional em decorrência da importância desta atividade enquanto alternativa econômica aos estabelecimentos rurais. A emergência de novas experiências, notadamente a diversificação dos meios de vida nas unidades familiares de produção (Perondi, 2007; Schneider e Niederle, 2010), bem como a criação de linhas específicas de financiamento público, sobretudo por meio do PRONAF-Agroindústria (Wesz Junior, 2009; Raupp, 2005), ressaltam esta como um dos pilares estratégicos à constituição de novas dinâmicas de desenvolvimento rural e regional. A importância da agroindústria rural é revelada, por exemplo, na existência de mais de 264 mil produtores de farinha de mandioca no Brasil, um ingrediente característico da gastronomia nacional. Juntos, esses produtores representam 5,12% dos aproximadamente cinco milhões de estabelecimentos rurais brasileiros contabilizados no último levantamento censitário (IBGE, 2006). Com efeito, em que pese uma trajetória genérica de apropriação e concentração das atividades de processamento alimentar por grandes conglomerados industriais, a agroindústria rural continua revelando uma notória capacidade de resiliência. Assim, diferentemente do que se preconizava no auge da modernização da agricultura, a atividade está longe de ser um resquício, pelo contrário, trata-se de uma expressão absolutamente contemporânea da emergência de novas trajetórias de desenvolvimento no mundo rural (Ploeg, 2008; Marsden e Arce, 1995; Pratt, 2007).

Com um inventário de produtos extremamente diversificado no Brasil, o desenvolvimento da agroindústria rural ainda traz desafios à construção de interpretações consistentes sobre a complexa dinâmica que envolve a circulação e os mercados para os produtos. O funcionamento dos circuitos de comércio se constitui em uma questão crucial para agroindústria rural, pois frequentemente estas encontram dificuldades para a aquisição de insumos e na realização das transações econômicas devido à dispersão econômica e geográfica. Neste cenário de dificuldades surge a figura do intermediário ou atravessador, que assume real importância para funcionamento deste mercado. Se, por um lado, este agente apropria-se de uma parcela considerável do valor agregado, por outro, ele é responsável por garantir a estabilidade mínima necessária à produção e circulação dos produtos. Paradoxalmente, a agroindústria rural também exhibe índices relativamente elevados de venda direta

aos consumidores, o que ocorre em contraposição a outros circuitos tradicionais, como a venda para indústrias, empresas integradoras e cooperativas. Ademais, uma discussão particularmente interessante começa a emergir a partir da crescente participação do Estado na articulação de mercados institucionais para estes produtos (Schneider e Triches, 2010).

Não apenas no caso das agroindústrias rurais, mas para o conjunto da economia, a organização das trocas econômicas tornou-se uma questão central das agendas de investigação. Cada vez mais, as novas vantagens competitivas são construídas com base em profundas reestruturações, que se processam não exatamente no âmbito da produção dos bens, mas na remodelagem das transações entre os agentes. A crescente multiplicação dos mecanismos de contratualização talvez seja a expressão mais evidente das mudanças que estão sendo processadas neste âmbito. Não menos importantes são os processos de integração vertical e a emergência de formas singulares de quase-hierarquias, sobretudo no sistema agroalimentar. Em cada cadeia produtiva (ou melhor, em cada elo específico de uma cadeia), diferentes formas de comercialização têm se mostrado mais ou menos adequadas às características dos produtos, agentes e instituições envolvidas. No caso da agroindústria rural, a heterogeneidade faz com que a definição do canal de comercialização mais adequado varie em função de múltiplos fatores. A escolha entre a venda direta para consumidores, cooperativas, governos ou intermediários revela-se uma equação complexa, na qual é necessário considerar a diversidade social, cultural, política, econômica e institucional dentro da qual as unidades operam.

Dada a relevância desta discussão, este capítulo caracteriza a diversidade de canais de comercialização existentes para distintos produtos da agroindústria rural. O foco da análise direciona-se para uma comparação macrorregional que visa mensurar a importância de determinados circuitos de comércio característicos a cada produto em cada região geográfica do Brasil e, portanto, em diferentes contextos socioculturais e político-institucionais. Similarmente ao capítulo anterior, os resultados aqui apresentados ainda são provenientes das informações fornecidas pelo sistema Sidra (IBGE, 2006) e constituem uma primeira aproximação analítica com respeito ao perfil e às dinâmicas produtivas e espaciais das agroindústrias rurais no Brasil.

### **3.1 Mercados, canais de comercialização e a agroindústria rural**

A agricultura sempre esteve de uma forma ou de outra ligada aos mercados, pois os agricultores sempre necessitaram trocar ou mesmo vender os excedentes para possibilitar as suas condições de sobrevivência e obtenção de bens e produtos não produzidos pelo próprio estabelecimento rural. Os agricultores contemporâneos também se encontram intrinsecamente ligados aos mercados, e sua reprodução social depende das relações estabelecidas com estes. Para Ploeg (2008), os processos de desenvolvimento rural devem ser pensados com a ligação dos agricultores aos diferentes mercados, produzindo novos produtos e serviços, que estejam ligados a novos mercados rurais. Contudo, estes mercados devem diferir dos tradicionais, caracterizados pela dependência, preços baixos e pouca autonomia em relação às suas decisões.

A agroindústria no espaço rural brasileiro é caracterizada por uma diversidade de produtos, muitos dos quais específicos a determinada região. Em regiões onde a modernização da agricultura não foi muito intensa, onde se conservam hábitos e práticas de processamento de alimentos, existem experiências que podem ser potencializadas para a agroindustrialização e para a construção de mercados agroindustriais. Nestas regiões a construção de novos mercados agroalimentares pode ser desenvolvida com poucos recursos



favorecidos pela pequena escala de produção (Oliveira *et al.*, 1999, 2002; Pelegrini e Gazolla, 2008). Contudo esta produção de escopo, muitas vezes, marginais aos sistemas institucionais de fomento e de fiscalização agroalimentar, enfrenta diversas dificuldades, que a restringem de participar dos mercados formais, além de impossibilitar a ampliação espacial, mas se constitui em uma importante forma de agregar valor e possibilita manutenção da continuidade da propriedade.

Tal condição de informalidade nos mercados de proximidade, segundo Guimarães (2001) e Prezotto (2002), por vezes, é legada pelo papel obtuso das instituições e agências reguladoras dos sistemas agroalimentares. Algumas delas têm operado no sentido de fiscalizar e punir estas experiências com base nos parâmetros da legislação agroalimentar oficial em diferentes esferas, seja municipal, estadual ou federal. Assim, desconsideram outros aspectos (simbólicos e culturais) que fazem parte da qualidade dos alimentos e centralizam as justificativas apenas nos riscos à segurança alimentar e nutricional dos consumidores, proporcionando ações de abortamento e penalização destas experiências (Prezotto, 2002).

Visando dirimir esses problemas, segmentos específicos do Estado têm buscado apoiar em vários níveis essas experiências com políticas e programas diferenciados. Estudos como os de Raupp (2005), Pelegrini e Gazolla (2008) e Wesz Jr. (2009) mostram que políticas e programas como o PRONAF, os Programas de Agroindústria estaduais (a exemplo do RS e PR), o Programa Territórios Rurais e o Programa de Agroindústria Familiar do Governo Federal, entre outros, têm exercido ações no sentido de fortalecer tais iniciativas de várias formas: concessão de crédito, apoio à comercialização, acesso aos mercados pela criação de selos e códigos de barras, melhoria da qualidade dos produtos e legalização das unidades. Porém, estas políticas fortalecem os agricultores mais estruturados e informados, nem sempre atingindo os informais e mais pobres, um problema particularmente mais evidente na região Nordeste do país (Wesz Jr., 2009). Desse modo, cria-se um hiato entre as diferentes partes do Estado em relação à regulação destes mercados, o qual precisa ser equacionado para que estas iniciativas possam prosperar nas diversas regiões do país e atingir seu potencial pleno de desenvolvimento.

Uma solução factível a considerar é proposta de Marsden e Sonino (2006), para quem estas iniciativas de produção de alimentos não podem ser reguladas somente pelas leis, normas e a institucionalidade do Estado, mas que a presença dos agricultores e suas organizações, bem como dos setores importantes da sociedade, como os consumidores, é essencial. Os autores propõem um “pacto social”, reunindo os atores e as instituições envolvidas, propalando uma regulação mista do setor agroalimentar, o que parece factível no atual momento de crescimento das redes e agricultores produtores de alimentos de forma diferenciada, como é o caso das agroindústrias rurais, especialmente as de pequena escala e familiares.

Mas transpor as barreiras da legislação agroalimentar é apenas mais um dos desafios a serem enfrentados pelas agroindústrias familiares. Melhorar a qualidade de processos/produtos elaborados com regularidade, produzir produtos diferenciados das grandes empresas de alimentos, como ecológicos, coloniais e/ou específicos, com características peculiares à região produtora levando em conta as demandas ambientais e da sociedade, seguidos da qualificação dos recursos gerenciais e estruturais do empreendimento são aspectos importantes que devem ser observados pelos agricultores e suas organizações para participarem e ampliarem os mercados espacialmente (Carvalho, 1998; Motter e Lacay, 2000; Wilkinson, 2008).

A relevância em considerar estes aspectos se justifica pela baixa taxa de sobrevivência destas experiências de agroindustrialização. Segundo Vieira (2001, p. 13), “a taxa de sobrevivência das agroindústrias familiares rurais fica em torno de 3%”, sendo esta ocasionada, entre outros fatores, pela fragilidade apresentada pelas experiências isoladas. O autor sugere, como uma das formas de contornar este problema, a organização do setor visando ações conjuntas, desde a produção, processamento e a comercialização, visando ampliar esforços frente a um ambiente institucional hostil a estas iniciativas. Pode-se citar como exemplo de sucesso, a Unidade Central das Agroindústrias Familiares do Oeste Catarinense (UCAF),<sup>3</sup> a qual trabalha de forma associativa e cooperativada em suas estratégias de produção, processamento, legalização e acesso aos mercados (Mior, 2005).

O entendimento dos mercados, suas potencialidades e seus gargalos à inserção das agroindústrias rurais é uma problemática desafiadora. Mesmo diante da informalidade de muitas experiências de agroindustrialização, a comercialização dos produtos das agroindústrias rurais possui perspectivas animadoras, principalmente no que diz respeito a algumas características da demanda na sociedade contemporânea, haja vista a procura por uma vida mais saudável e a preocupação com o meio ambiente. Podem-se elencar também as melhorias econômicas vividas pelo Brasil nos últimos anos (elevação da renda da população, diminuição das desigualdades sociais, a existência de programas sociais, elevação do salário mínimo etc.) como outro fator que pode potencializar estas experiências de agroindustrialização. Estas são condições favoráveis especialmente às unidades de caráter familiar, com pequena escala de produção e que produzem alimentos diferenciados. Muitas destas experiências desenvolvem produtos artesanais com identidade cultural regional ou com atributos étnicos e agroecológicos que ganham cada vez mais espaço entre os consumidores.

## 3.2 Os mercados para os produtos da agroindústria rural

### 3.2.1 Aguardente de cana

O primeiro produto ao qual faremos menção é a “aguardente de cana”, um dos mais característicos da agroindústria rural brasileira. Em todo o país, existem 11.124 estabelecimentos rurais produtores, responsáveis por um volume anual de mais de 110 milhões de litros. A elaboração de aguardente é encontrada em todo território nacional, mas é nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul que ela se mostra mais expressiva. Os dados da tabela 11 demonstram que, apesar do Nordeste concentrar maior número de estabelecimentos produtores (4.823), o volume da produção regional (34 milhões de litros) é pouco mais da metade daquele encontrado no Sudeste (62,7 milhões de litros e 4.614 produtores), resultado da existência, nesta região, de estruturas agroindustriais que atuam com escalas mais elevadas. A diferenciação regional se reproduz em relação aos circuitos de comercialização do produto. Enquanto, no Nordeste, 87% do volume de produção é comercializado através de intermediários (e 80% dos estabelecimentos utilizam este circuito), no Sudeste, estes agentes dividem uma proporção similar do mercado (em termos de quantidade produzida) com “outros” canais de venda, o que se deve, basicamente, ao peso das cooperativas (9,7 milhões de litros) e indústrias (16,8 milhões de litros).

3. A UCAF é uma entidade civil sem fins lucrativos, organizada em forma de associação, criada em 1999 para apoiar agricultores organizados em grupos e proprietários de pequenas agroindústrias (Mior, 2005).



TABELA 11

**Destino da produção de aguardente de cana, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (mil litros)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	16	51,61	279	90,00	304	76,96	1,09
	Direto ao consumidor	12	38,71	30	9,68	90	22,78	3,00
	Outros	1	3,23	X	X	X	X	x
	Não vendeu	2	6,45	X	X	X	X	x
	<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100,00</b>	<b>310</b>	<b>100,00</b>	<b>395</b>	<b>100,00</b>	<b>1,27</b>
Nordeste	Intermediários	3.881	80,47	29.747	86,89	25.511	85,84	0,86
	Direto ao consumidor	595	12,34	2.516	7,35	2.097	7,06	0,83
	Outros	81	1,68	1.030	3,01	1.396	4,70	1,36
	Não vendeu	266	5,52	941	2,75	716	2,40	0,76
	<b>Total</b>	<b>4.823</b>	<b>100,00</b>	<b>34.234</b>	<b>100,00</b>	<b>29.720</b>	<b>100,00</b>	<b>0,87</b>
Sudeste	Intermediários	2.969	64,35	26.931	42,86	35.028	59,24	1,30
	Direto ao consumidor	1.197	25,94	7.512	11,95	11.145	18,85	1,48
	Outros	130	2,82	26.916	42,73	10.368	17,54	0,37
	Não vendeu	318	6,89	1.478	2,35	2.584	4,37	1,75
	<b>Total</b>	<b>4.614</b>	<b>100,00</b>	<b>62.837</b>	<b>100,00</b>	<b>59.125</b>	<b>100,00</b>	<b>0,94</b>
Sul	Intermediários	447	29,12	9.970	67,94	11.594	55,45	1,16
	Direto ao consumidor	851	55,44	3.939	26,84	7.869	37,63	2,00
	Outros	29	1,89	446	3,04	390	1,88	0,88
	Não vendeu	208	13,55	320	2,18	1.057	5,04	3,28
	<b>Total</b>	<b>1.535</b>	<b>100,00</b>	<b>14.675</b>	<b>100,00</b>	<b>20.910</b>	<b>100,00</b>	<b>1,42</b>
Centro-Oeste	Intermediários	60	49,59	428	37,15	889	35,62	2,08
	Direto ao consumidor	42	34,71	285	24,74	592	23,72	2,08
	Outros	7	5,78	402	34,90	764	30,6	2,11
	Não vendeu	12	9,92	37	3,21	251	10,06	6,78
	<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>100,00</b>	<b>1.152</b>	<b>100,00</b>	<b>2.496</b>	<b>100,00</b>	<b>2,17</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Obs.: os dados referentes a menos de três informantes são desidentificados pelo IBGE com o caractere "X".

Cabe destacar, todavia, que apesar de concentrarem 43% do volume produzido, apenas 2,8% dos estabelecimentos utilizaram estes “outros” canais. Note-se que, no caso dos intermediários, responsáveis por um volume similar de comercialização, existem 64,4% dos estabelecimentos. Por sua vez, em relação às demais regiões, no Sul (1.535 estabelecimentos responsáveis por uma produção total de quase 15 mil litros), verifica-se um volume mais significativo de “venda direta ao consumidor”. Mesmo revelando uma participação importante dos intermediários para 29% dos estabelecimentos e 68% da quantidade, 55% dos estabelecimentos utilizam-se da venda direta, por meio da qual é comercializada 27% da quantidade produzida. Nas regiões Nordeste e Sudeste estes dados são, respectivamente, 12% e 26% para o número de estabelecimentos e, 7% e 12% no que concerne à quantidade produzida.<sup>4</sup> Em suma, pode-se afirmar que os produtores de aguardente do Nordeste demonstram uma dependência mais nítida em relação aos intermediários, ao passo que, no Sudeste, as cooperativas e indústrias possuem uma importância similar àqueles agentes. Enquanto isso, no Sul, verifica-se alguma expressividade dos mercados diretos.

4. Também no Centro-Oeste, a venda direta vai revelar uma participação proporcional importante (26,44% da quantidade produzida, 35% dos estabelecimentos).

Esta diferença regional está associada à dinâmica socioeconômica das regiões e, em especial, à proximidade dos centros consumidores e presença de estruturas industriais de maior porte, o que facilita ou constrange o desenvolvimento de determinados canais de comercialização.

No que tange ao valor da produção, no Sudeste, pode-se constatar que, apesar da quantidade ser significativa, a venda para cooperativas e indústrias agrega pouco valor. O preço médio por litro (valor/quantidade) que os produtores obtêm junto a esses agentes é de R\$ 0,37, enquanto os intermediários pagam R\$ 1,30, e o consumidor, R\$ 1,48. Nesta região, quase 60% do valor produzido passa pela venda aos intermediários, 19% pela venda direta e 18% pela venda a outros canais de comercialização, o que destoia das proporções apresentadas em relação à quantidade e número de estabelecimentos. Por sua vez na região Sul, o preço da venda direta é superior, alcançando R\$ 2,00 por litro, ao passo que os intermediários pagam R\$ 1,16, preço abaixo daquele verificado no Sudeste. Não obstante, a situação mais crítica é encontrada no Nordeste, onde os intermediários pagam R\$ 0,86 por litro e a venda direta alcança índices ainda mais baixos, qual seja, R\$ 0,83. Por fim, cabe destacar a pequena proporção de aguardente que não é comercializada (ao menos em relação aos demais produtos que serão analisados a seguir). Em todas as regiões, menos de 3,5% da quantidade foi destinada ao autoconsumo do estabelecimento, estoque ou foi perdida. No que se refere ao número de estabelecimentos que produz e não comercializa o produto, no Sul, eles representam mais de 13% do total de estabelecimentos produtores, 10% no Centro-Oeste, 6,9% no Sudeste e 5,5% no Nordeste.

### 3.2.2 Doces e geleias

Outra categoria de produtos recorrente na agroindústria rural é aquela referente a “doces e geleias”. No Brasil, são 14.674 estabelecimentos rurais que produzem mais de 6,3 mil t do produto. Deste total, cerca de 12 mil estabelecimentos (82%) não comercializaram o produto, mas são responsáveis por apenas 8,7% do volume. A produção que efetivamente chega ao mercado é concentrada em um número relativamente reduzido de unidades de processamento. Vejamos como esta dinâmica revela-se em nível regional. Similarmente à produção de aguardente, a maior parcela dos estabelecimentos que processam doces e geleias também está concentrada nas regiões Nordeste, Sudeste e, neste caso, principalmente no Sul do Brasil (tabela 12). É nesta região que se encontra a grande maioria dos estabelecimentos, cuja produção é destinada exclusivamente ao autoconsumo familiar, herança de uma tradição sociocultural relacionada ao processo de colonização por imigrantes germânicos e italianos. Enquanto, na região Sul, estes estabelecimentos correspondem a mais de 90% do total de unidades de processamento, nas demais regiões, eles compõem uma proporção menos expressiva e, por vezes, minoritária: 71% no Norte, 44% no Nordeste, 32% no Sudeste e 48% no Centro-Oeste.<sup>5</sup>

Ademais, ao passo que, na região Sul, a produção não vendida corresponde a 16,5% de toda quantidade produzida (acima da média nacional de 8,7%), nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste, ela alcança, respectivamente, 7,1%, 0,9% e 1,6%. No Centro-Oeste, a proporção é um pouco mais expressiva, 11,4%. No que se refere especificamente à produção comercializada, outra diferença regional já mencionada em relação à aguardente também se reproduz aqui. Trata-se da importância dos circuitos diretos na região Sul (65% dos estabelecimentos que comercializaram e quase 70% de toda quantidade produzida)

5. Os dados da tabela 2 não permitem aferir se a produção foi efetivamente destinada para o autoconsumo, posto que os dados referentes à categoria “não vendeu” também comportam o somatório dos produtos que foram beneficiados para originar outros produtos, os estoques e as perdas na produção. No entanto, cruzamentos específicos no sistema Sidra permitem verificar o destino exato desta produção, onde o autoconsumo aparece de modo quase exclusivo.

*vis-à-vis* os intermediários nas regiões Sudeste e, principalmente, Nordeste. Nesta última, os intermediários são o destino de 69,5% de toda produção, mas para apenas 18% dos estabelecimentos. Por sua vez, a venda direta é utilizada por 36% dos estabelecimentos, mas corresponde a somente 22,2% do volume produzido. No caso do Sudeste, os dados são menos discrepantes, mas obedecem à mesma lógica: 18,3% dos estabelecimentos utilizam intermediários, enquanto 48,5% possuem na venda direta o principal canal de comercialização. No entanto, 56,2% do volume produzido passam por intermediários, e 39,2% são destinados diretamente ao consumidor.

TABELA 12

**Destino da produção de doces e geleias, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	26	4,88	28	25,00	75	25,51	2,68
	Direto ao consumidor	127	23,83	72	64,29	184	62,59	2,56
	Outros	2	0,38	4	3,57	10	3,40	2,50
	Não vendeu	378	70,92	8	7,14	25	8,50	3,13
	<b>Total</b>	<b>533</b>	<b>100,00</b>	<b>112</b>	<b>100,00</b>	<b>294</b>	<b>100,00</b>	<b>2,63</b>
Nordeste	Intermediários	244	17,97	1.348	69,52	545	37,98	0,40
	Direto ao consumidor	495	36,45	431	22,23	548	38,19	1,27
	Outros	23	1,69	142	7,32	274	19,09	1,93
	Não vendeu	596	43,89	18	0,93	68	4,74	3,78
	<b>Total</b>	<b>1.358</b>	<b>100,00</b>	<b>1.939</b>	<b>100,00</b>	<b>1.435</b>	<b>100,00</b>	<b>0,74</b>
Sudeste	Intermediários	168	18,36	685	56,19	2.000	54,99	2,92
	Direto ao consumidor	444	48,52	478	39,21	1.446	39,76	3,03
	Outros	13	1,42	36	2,95	103	2,83	2,86
	Não vendeu	290	31,69	20	1,64	88	2,42	4,40
	<b>Total</b>	<b>915</b>	<b>100,00</b>	<b>1.219</b>	<b>100,00</b>	<b>3.637</b>	<b>100,00</b>	<b>2,99</b>
Sul	Intermediários	281	2,45	355	12,49	795	10,71	2,24
	Direto ao consumidor	580	5,05	1.969	69,28	5.507	74,16	2,80
	Outros	37	0,32	48	1,69	112	1,51	2,33
	Não vendeu	10.588	92,18	470	16,54	1.012	13,63	2,15
	<b>Total</b>	<b>11.486</b>	<b>100,00</b>	<b>2.842</b>	<b>100,00</b>	<b>7.426</b>	<b>100,00</b>	<b>2,62</b>
Centro-Oeste	Intermediários	45	12,68	116	47,35	263	35,44	2,27
	Direto ao consumidor	139	39,15	101	41,22	392	52,83	3,88
	Outros	-	-	-	-	-	-	-
	Não vendeu	171	48,17	28	11,42	87	11,72	3,11
	<b>Total</b>	<b>355</b>	<b>100,00</b>	<b>245</b>	<b>100,00</b>	<b>742</b>	<b>100,00</b>	<b>3,03</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.  
Obs.: para dados inexistentes ou iguais a zero são atribuídos o caractere "-".

Em relação ao volume, uma dinâmica similar também é encontrada no Centro-Oeste (intermediários, 47%, consumidor, 41%), ao passo que, assim como na região Sul, os produtores da região Norte possuem nos mercados diretos o principal canal de comercialização (64,3% da produção). Em todas as regiões, a utilização de outros canais de comercialização é restrita. A exportação é inexistente, assim como a compra por empresas integradoras. Por sua vez, a venda para cooperativas e governos ainda é pouco expressiva

face ao total produzido.<sup>6</sup> No que concerne aos dados sobre o valor da produção, não surpreende que eles sejam mais expressivos na venda direta ao consumidor, por meio da qual os produtores obtêm preços mais elevados comparativamente à produção destinada aos intermediários. Não obstante, cabe salientar uma disparidade significativa nos preços regionais. No Sul, os preços médios por kg de doces e geleias foram R\$ 2,80 e R\$ 2,24, respectivamente para venda direta e intermediários. O mesmo se reproduz em outros estudos, mas com valores bastante díspares: Sudeste: R\$ 3,03 e R\$ 2,92; Nordeste: R\$ 1,27 e R\$ 0,40; Centro-Oeste: R\$ 3,88 e R\$ 2,27. Exceção deve ser feita à região Norte, onde os 26 estabelecimentos que comercializaram para intermediários obtiveram um preço médio de R\$ 2,68, ou seja, R\$ 0,12 acima do preço obtido pelos 127 estabelecimentos que venderam diretamente aos consumidores.

### 3.2.3 Embutidos

Assim como no caso dos doces e geleias, a produção de embutidos (salame, linguiça, salsicha, copa etc.) também se concentra na região Sul, onde estão mais de 95% dos 17.722 estabelecimentos rurais que processam este tipo de produto no Brasil, e 88% de quase 3 mil t processadas. Ainda neste segmento, a maior parte dos estabelecimentos não possui a produção como atividade comercial. Na região Sul, 93,5% das unidades que processaram embutidos não comercializaram o produto (tabela 13). No entanto, em termos de volume de produção, a parcela destinada à venda é mais significativa, distribuindo-se, na região Sul, de modo mais ou menos paritário entre intermediários e venda direta: 28,3% e 29,0%, respectivamente. O que não é análogo, contudo, é o valor agregado ao produto que os produtores obtêm nestes diferentes mercados. Enquanto o preço médio pago pelos intermediários é de R\$ 2,43, os consumidores pagam diretamente ao produtor o equivalente a R\$ 3,46 por kg. Esta diferença é ainda mais significativa nas demais regiões, com uma nova exceção concernente ao Norte, onde a relação inverte-se radicalmente, mas onde apenas oito estabelecimentos comercializaram embutidos. No Centro-Oeste, segunda região com maior volume de produção, o preço direto ao consumidor é de R\$ 7,88, ao passo que os intermediários pagam R\$ 1,59. Uma disparidade similar é verificada no Sudeste (R\$ 6,52 e R\$ 0,32) e no Nordeste (R\$ 3,40 e R\$ 1,48). No entanto, nestes casos, cabe considerar que o pequeno número de estabelecimentos produtores torna o cálculo das médias muito vulneráveis ao comportamento destoante de um ou dois estabelecimentos, os quais podem pressionar os preços para cima ou para baixo.

TABELA 13

**Destino da produção de embutidos, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	4	4,60	4	36,36	26	66,67	6,50
	Direto ao consumidor	4	4,60	5	45,45	3	7,69	0,60
	Outros	-	-	-	-	-	-	-
	Não vendeu	79	90,80	2	18,18	10	25,64	5,00
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100,0</b>	<b>11</b>	<b>100,00</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>	<b>3,55</b>

(Continua)

6. Cruzamentos específicos no sistema Sidra permitem verificar que a venda para cooperativas é de 17 t no Sul; 1 t no Nordeste e zero nas demais regiões, e, para o governo, 5 t no Nordeste; 13 t no Sudeste; 8 t no Sul e inexistente no Norte e Centro-Oeste.

(Continuação)

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Nordeste	Intermediários	8	26,67	29	80,56	43	68,25	1,48
	Direto ao consumidor	9	30,00	5	13,89	17	26,98	3,40
	Outros	2	6,67	1	2,78	1	1,59	1,00
	Não vendeu	11	36,67	1	2,78	2	3,17	2,00
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>36</b>	<b>100,00</b>	<b>63</b>	<b>100,00</b>	<b>1,77</b>
Sudeste	Intermediários	11	8,27	167	74,22	54	14,25	0,32
	Direto ao consumidor	34	25,56	46	20,44	300	79,16	6,52
	Outros	-	-	-	-	-	-	-
	Não vendeu	88	66,17	12	5,33	25	6,60	2,08
	<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100,0</b>	<b>225</b>	<b>100,00</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>	<b>1,68</b>
Sul	Intermediários	505	2,91	733	28,27	1.781	15,46	2,43
	Direto ao consumidor	614	3,54	753	29,04	2.603	22,60	3,46
	Outros	8	0,05	63	2,43	22	0,18	0,33
	Não vendeu	16.230	93,51	1.044	40,26	7.114	61,76	6,81
	<b>Total</b>	<b>17.357</b>	<b>100,0</b>	<b>2.593</b>	<b>100,00</b>	<b>11.520</b>	<b>100,00</b>	<b>4,44</b>
Centro-Oeste	Intermediários	6	5,22	37	40,66	59	12,37	1,59
	Direto ao consumidor	24	20,87	50	54,95	394	82,60	7,88
	Outros	-	-	-	-	-	-	-
	Não vendeu	85	73,91	4	4,40	24	5,03	6,00
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100,0</b>	<b>91</b>	<b>100,00</b>	<b>477</b>	<b>100,00</b>	<b>5,24</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Obs.: para dados inexistentes ou iguais a zero são atribuídos o caractere "-".

Outra informação relevante da tabela 13 é o fato de que, com exceção de oito estabelecimentos no Sul e dois no Nordeste, a venda para outros canais de comercialização não é utilizada, seja para cooperativas, indústrias, governo ou exportação. Entre os produtores sulistas que utilizaram estes canais, quatro entregaram para cooperativas, três para indústrias e apenas um para o governo. Nos dois casos nordestinos, eles dividiram-se entre cooperativa e indústria. É possível que a operação do Programa de Aquisição de Alimentos do governo federal tenha alterado os dados relativos às compras governamentais após a realização do Censo Agropecuário, não apenas em relação aos embutidos, mas para o conjunto de produtos analisados neste estudo. Contudo, por enquanto, os dados revelam uma participação irrisória dos mercados institucionais no volume de comercialização destes produtos. A predominância de intermediários (Nordeste e Sudeste) e da venda direta (Centro-Oeste, Norte e Sul) pode ser associada tanto à dinâmica socioeconômica regional, quanto aos problemas de ordem legal concernentes a este tipo de produção, sobretudo no que tange à fiscalização sanitária (Wilkinson, 2008). A dificuldade de adequação às normas vigentes, projetadas para sistemas industriais de grande porte (Wesz Junior, 2009), dificulta à maior parte dos estabelecimentos rurais acessarem circuitos de comércio mais formais, como a venda para cooperativas, indústrias e governo. Não obstante, há que se considerar ainda a possibilidade de omissão destas informações por parte dos produtores recenseados, justamente porque o beneficiamento pode estar sendo executado fora dos padrões sanitários legalmente estabelecidos.

### 3.2.4 Farinha de mandioca

Diferentemente de embutidos, doces e geleias, o processamento de farinha de mandioca concentra-se basicamente no Nordeste e Norte. Juntas, as regiões respondem por mais de 90% dos estabelecimentos rurais que industrializam e 97% da quantidade produzida. Mas existem diferenças importantes entre estas regiões. Como mostram os dados da tabela 14, embora o Nordeste possua um número de produtores 2,5 vezes superior àquele verificado no Norte, a quantidade produzida e o valor da produção são similares em ambas as regiões. Na realidade, os produtores da região Norte conseguem, inclusive, obter valor da produção um pouco mais elevado, como consequência de um preço médio superior em todos os canais de venda analisados.

Quanto ao destino da produção, embora ambas as regiões revelem a predominância da venda para intermediários, é no Norte que ela se mostra particularmente relevante, correspondendo à forma de comercialização utilizada por 64% dos estabelecimentos e o destino de 85% da quantidade produzida. No Nordeste, a venda para intermediários é empregada por 42% dos estabelecimentos e para 63% do volume de produção. Esta diferença deve-se basicamente à maior proporção de estabelecimentos que não comercializam o produto na região Nordeste (43,5%). Por sua vez, no que se refere à venda direta aos consumidores, embora os produtores do Norte utilizem-na mais frequentemente que seus congêneres do Nordeste (16,7% e 13,7%, respectivamente), é nesta região que ela assume uma participação mais expressiva em relação à quantidade produzida e ao valor da produção (19,0% contra 9,6% no Norte). Nas demais regiões do país a produção revela valores menos expressivos, mas, nem por isso, desprezíveis. No Sudeste, são mais de 17 mil estabelecimentos que beneficiam farinha de mandioca, para um volume total de produção de 23 mil t. No Centro-Oeste, 2,2 mil produtores beneficiam 5,9 mil t. Na região Sul, 7 mil t são produzidas por 422 estabelecimentos, o que faz destes produtores aqueles com maior escala de produção. Em média, são 16 t por estabelecimento na região Sul, em face de 9,3 no Norte e 3,8 no Nordeste. A venda para cooperativas, indústrias e governos é identificada em alguns estabelecimentos, mas ainda se encontra distante de constituir o mercado privilegiado para este produto. A entrega para o governo é uma alternativa, sobretudo nas regiões Norte e Nordeste, onde, respectivamente, 619 e 1.574 estabelecimentos utilizam-na, entre os 851 e 2.166 que destinaram o produto para os “outros” canais identificados na tabela 4. Em ambas as regiões, as compras governamentais respondem pela absorção de 1,1% da quantidade total produzida.

TABELA 14

**Destino da produção de farinha de mandioca, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	43.123	64,30	529.540	84,74	412.513	83,51	0,78
	Direto ao consumidor	11.202	16,70	59.817	9,57	50.805	10,28	0,85
	Outros	851	1,27	11.106	1,78	8.589	1,74	0,77
	Não vendeu	11.890	17,73	24.428	3,91	22.079	4,47	0,90
	<b>Total</b>	<b>67.066</b>	<b>100,00</b>	<b>624.891</b>	<b>100,00</b>	<b>493.986</b>	<b>100,00</b>	<b>0,79</b>
Nordeste	Intermediários	73.936	41,62	420.429	62,59	257.503	61,48	0,61
	Direto ao consumidor	24.308	13,68	127.906	19,04	82.374	19,67	0,64
	Outros	2.166	1,22	9.934	1,48	6.516	1,56	0,66
	Não vendeu	77.245	43,48	113.450	16,89	72.435	17,29	0,64
	<b>Total</b>	<b>177.655</b>	<b>100,00</b>	<b>671.719</b>	<b>100,00</b>	<b>418.828</b>	<b>100,00</b>	<b>0,62</b>

(Continua)

(Continuação)

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Sudeste	Intermediários	3.097	17,70	7.835	33,67	6.621	34,26	0,85
	Direto ao consumidor	4.064	23,23	7.801	33,52	5.844	30,24	0,75
	Outros	184	1,05	1.310	5,63	774	4,01	0,59
	Não vendeu	10.153	58,02	6.327	27,19	6.085	31,49	0,96
	<b>Total</b>	<b>17.498</b>	<b>100,00</b>	<b>23.273</b>	<b>100,00</b>	<b>19.324</b>	<b>100,00</b>	<b>0,83</b>
Sul	Intermediários	141	33,41	5.059	71,23	1.847	64,00	0,37
	Direto ao consumidor	102	24,17	372	5,24	368	12,75	0,99
	Outros	29	6,87	1.459	20,54	462	16,01	0,32
	Não vendeu	150	35,55	212	2,99	209	7,24	0,99
	<b>Total</b>	<b>422</b>	<b>100,00</b>	<b>7.102</b>	<b>100,00</b>	<b>2.886</b>	<b>100,00</b>	<b>0,40</b>
Centro-Oeste	Intermediários	665	29,67	3.878	65,85	4.799	68,97	1,24
	Direto ao consumidor	626	27,93	962	16,33	1.124	16,16	1,17
	Outros	32	1,43	238	4,04	174	2,49	0,73
	Não vendeu	918	40,96	811	13,77	861	12,38	1,06
	<b>Total</b>	<b>2.241</b>	<b>100,00</b>	<b>5.889</b>	<b>100,00</b>	<b>6.958</b>	<b>100,00</b>	<b>1,18</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Enfim, em relação ao preço pago ao produtor, nas regiões Norte, Nordeste e, sobretudo, Sul, a venda direta para os consumidores proporciona um valor mais elevado aos produtores. Nesta região, a diferença de preço entre os circuitos diretos e intermediários é de quase um terço. No entanto, nas regiões Sudeste e Centro-Oeste, a venda para intermediários propicia até R\$ 0,10 a mais por kg de produto. Por sua vez, com exceção da região Nordeste, o preço pago nos mercados institucionais são os mais baixos entre todos os canais de venda investigados (IBGE, 2006).

### 3.2.5 Fubá de milho

No processamento de fubá de milho, é a região Sudeste que exibe uma participação destacada entre as cinco regiões brasileiras, sobretudo, considerando-se o número de estabelecimentos que não comercializa a produção: 91,5% dos 5.664 estabelecimentos rurais produtores, responsáveis por 63,5% da quantidade total produzida na região, qual seja, 13,5 mil t. Da produção regional que é destinada especificamente à venda, 83% passa por intermediários e apenas 14,5% é comercializada diretamente aos consumidores. Essa proporção restringe o valor agregado ao produto, tendo em vista que o preço pago pelos intermediários na região (R\$ 0,20) é menos da metade daquele obtido nos mercados diretos (R\$ 0,45). Esta mesma diferença revela-se ainda mais expressiva na região Nordeste, onde o preço médio pago pelos intermediários é de R\$ 0,16 por kg do produto, frente à R\$ 0,83 obtido junto aos consumidores. A região Nordeste é a segunda no *ranking* referente ao número de unidades produtoras, com 1.098 estabelecimentos rurais.

No entanto, de modo ainda mais evidente que no Sudeste, 92,4% dos produtores não comercializam o produto. A produção em pequena escala e sem fins comerciais faz com que o volume total produzido no Nordeste seja, por exemplo, apenas um terço daquele processado no Sul (1,5 mil t), mesmo que o número de estabelecimentos processadores encontrados nesta região (547) seja apenas metade daquele verificado no Nordeste. Ademais, o valor total da produção na região Sul mostra-se 2,5 vezes superior (582 mil reais) àquele registrado no Nordeste, em que pese o fato dos preços médios pagos por intermediários



(R\$ 0,12) e consumidores (R\$ 0,61) serem inclusive um pouco mais baixos. Sendo assim, a diferença deve-se ao tipo de mercado utilizado. Enquanto 95,6% da produção efetivamente<sup>7</sup> vendida no Nordeste passa pelas mãos de intermediários (cujo preço pago é menor), apenas 46,8% desta produção possui o mesmo destino no Sul. Aqui, 48,6% do volume de fubá que é comercializado, seguem por circuitos diretos entre produtores e consumidores.

TABELA 15

**Destino da produção de fubá de milho, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (mil reais)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	22	20,18	15	46,88	6	42,86	0,40
	Direto ao consumidor	7	6,42	3	9,38	2	14,29	0,67
	Outros	-	-	-	-	-	-	-
	Não vendeu	80	73,39	14	43,75	6	42,86	0,43
	<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100,00</b>	<b>32</b>	<b>100,00</b>	<b>14</b>	<b>100,00</b>	<b>0,44</b>
Nordeste	Intermediários	52	4,74	265	48,53	43	18,45	0,16
	Direto ao consumidor	29	2,64	12	2,20	10	4,29	0,83
	Outros	2	0,18	3	0,55	2	0,86	0,66
	Não vendeu	1.015	92,44	269	49,27	178	76,39	0,66
	<b>Total</b>	<b>1.098</b>	<b>100,00</b>	<b>546</b>	<b>100,00</b>	<b>233</b>	<b>100,00</b>	<b>0,42</b>
Sudeste	Intermediários	283	5,00	4.109	30,41	815	17,38	0,20
	Direto ao consumidor	188	3,32	716	5,30	325	6,93	0,45
	Outros	10	0,18	108	0,78	39	0,82	0,36
	Não vendeu	5.183	91,51	8.577	63,51	3.509	74,87	0,41
	<b>Total</b>	<b>5.664</b>	<b>100,00</b>	<b>13.510</b>	<b>100,00</b>	<b>4.688</b>	<b>100,00</b>	<b>0,35</b>
Sul	Intermediários	108	19,74	669	44,16	79	13,57	0,12
	Direto ao consumidor	46	8,41	695	45,87	426	73,20	0,61
	Outros	10	1,83	80	5,28	28	4,81	0,35
	Não vendeu	383	70,02	71	4,69	49	8,42	0,69
	<b>Total</b>	<b>547</b>	<b>100,00</b>	<b>1.515</b>	<b>100,00</b>	<b>582</b>	<b>100,00</b>	<b>0,39</b>
Centro-Oeste	Intermediários	1	5,00	x	x	x	x	x
	Direto ao consumidor	2	10,00	x	x	x	x	x
	Outros	1	5,00	x	x	x	x	x
	Não vendeu	16	80,00	664	98,81	186	98,04	0,28
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,00</b>	<b>672</b>	<b>100,00</b>	<b>188</b>	<b>100,00</b>	<b>0,28</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Obs.: <sup>1</sup> Os dados referentes a menos de três informantes são desidentificados pelo IBGE com o caractere "x".

<sup>2</sup> Para dados inexistentes ou iguais a zero são atribuídos o caractere "-".

### 3.2.6 Goma ou tapioca

A produção de fécula de mandioca, também conhecida como goma, tapioca ou polvilho doce, concentra-se majoritariamente na região Nordeste, onde são industrializadas 36,6 mil t, 78,13% da produção total dos estabelecimentos rurais brasileiros. Em seguida, aparecem, em ordem decrescente, as regiões Sudeste (10,79%), Norte (6,47%), Sul (3,92%) e Centro-Oeste (0,69%). Entre os mais de 31 mil produtores de goma na região Nordeste, quase 55% não comercializa o produto, o que corresponde a 23,5% da produção.

7. Note-se que estas porcentagens não correspondem exatamente às apresentadas na tabela 5, pois dizem respeito apenas à produção que foi comercializada, excluindo o montante não vendido.



O restante do produto possui dois destinos básicos: 61,6% da produção total é repassada a intermediários, circuito de comércio utilizado por 9,8 mil estabelecimentos; e 13,2% segue diretamente aos consumidores, que adquirem o produto de quase 4 mil produtores. De outro modo, na região Sudeste, a venda direta revela-se mais expressiva que o uso de intermediários. Apenas 15,7% dos estabelecimentos repassam o produto para intermediários (23,8% da quantidade processada), ao passo que 20,3% dos produtores utilizam circuitos diretos, por onde circula 55,8% do volume (2,8 mil t). Em termos de preço pago ao produtor, em todas as regiões, com exceção do Centro-Oeste, este é mais elevado na venda direta. No Sudeste, a diferença entre o preço neste canal de comércio e aquele obtido junto aos intermediários é de R\$ 0,15 por kg do produto.

TABELA 16

**Destino da produção de goma ou tapioca, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	793	22,47	2.084	68,64	2.014	67,45	0,97
	Direto ao consumidor	1.291	36,58	695	22,89	722	24,18	1,04
	Outros	15	0,43	129	4,25	80	2,68	0,62
	Não vendeu	1.430	40,52	128	4,22	170	5,69	1,33
	<b>Total</b>	<b>3.529</b>	<b>100,00</b>	<b>3.036</b>	<b>100,00</b>	<b>2.986</b>	<b>100,00</b>	<b>0,98</b>
Nordeste	Intermediários	9.819	31,57	22.574	61,60	21.509	57,84	0,95
	Direto ao consumidor	3.971	12,77	4.846	13,22	4.981	13,39	1,03
	Outros	268	0,86	618	1,69	692	1,86	1,12
	Não vendeu	17.044	54,80	8.607	23,49	10.008	26,91	1,16
	<b>Total</b>	<b>31.102</b>	<b>100,00</b>	<b>36.645</b>	<b>100,00</b>	<b>37.190</b>	<b>100,00</b>	<b>1,01</b>
Sudeste	Intermediários	812	15,67	1.206	23,83	1.459	20,56	1,21
	Direto ao consumidor	1.054	20,34	2.822	55,76	4.134	58,26	1,46
	Outros	199	3,84	361	7,13	592	8,34	1,64
	Não vendeu	3.117	60,15	672	13,28	911	12,84	1,36
	<b>Total</b>	<b>5.182</b>	<b>100,00</b>	<b>5.061</b>	<b>100,00</b>	<b>7.096</b>	<b>100,00</b>	<b>1,40</b>
Sul	Intermediários	3	16,67	501	27,28	38	4,73	0,08
	Direto ao consumidor	5	27,78	7	0,38	14	1,74	2,00
	Outros	3	16,67	1.329	72,35	750	93,40	0,56
	Não vendeu	7	38,89	-	-	1	0,12	-
	<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100,00</b>	<b>1.837</b>	<b>100,00</b>	<b>803</b>	<b>100,00</b>	<b>0,44</b>
Centro-Oeste	Intermediários	35	8,33	66	20,43	154	27,35	2,33
	Direto ao consumidor	138	32,86	158	48,92	249	44,23	1,58
	Outros	4	0,95	37	11,46	43	7,64	1,16
	Não vendeu	243	57,86	62	19,20	117	20,78	1,89
	<b>Total</b>	<b>420</b>	<b>100,00</b>	<b>323</b>	<b>100,00</b>	<b>563</b>	<b>100,00</b>	<b>1,74</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Obs.: para dados inexistentes ou iguais a zero são atribuídos o caractere "-".

### 3.2.7 Pães, bolos e biscoitos

Característica das culturas ítalo-germânicas que colonizaram o Sul do Brasil, a produção de panificados é uma das principais marcas da agroindústria rural nesta região. Ao todo, são mais de 30 mil produtores que beneficiam 8,4 mil t de pães, bolos e biscoitos, ou seja, 90% da quantidade industrializada em todo o país por este tipo de estabelecimento.

Deste montante, 43% são destinados ao autoconsumo doméstico e o restante chega ao mercado através de intermediários (35,2%) ou segue diretamente dos produtores aos consumidores (19,5%). Similarmente ao que ocorre com os demais produtos da agroindústria rural, também aqui os outros canais de venda possuem uma importância relativamente reduzida, correspondendo a 2,1% da quantidade total produzida.<sup>8</sup> Em outras regiões, pode-se, inclusive, notar a predominância da venda direta, cuja quantidade comercializada supera aquela que passa pelos intermediários nas regiões Sudeste (33,5% e 23,6%, respectivamente), Centro-Oeste (68,1% e 18,5%) e Nordeste (82,5% e 7,5%). Por sua vez, na região Norte, os dois canais de venda (mercados diretos e intermediários) praticamente equiparam-se em termos de quantidade comercializada (31,3% e 30,7%).

TABELA 17

**Destino da produção de pães, bolos e biscoitos, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da Produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (mil reais)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	163	20,32	51	31,29	60	27,78	1,18
	Direto ao consumidor	149	18,58	50	30,67	46	21,30	0,92
	Outros	-	-	-	-	-	-	-
	Não vendeu	490	61,10	62	38,04	110	50,93	1,77
	<b>Total</b>	<b>802</b>	<b>100,00</b>	<b>163</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>1,33</b>
Nordeste	Intermediários	176	22,77	20	7,46	10	2,70	0,50
	Direto ao consumidor	186	24,06	221	82,46	295	79,73	1,33
	Outros	11	1,42	4	1,49	6	1,62	1,50
	Não vendeu	400	51,75	19	7,09	44	11,89	2,32
	<b>Total</b>	<b>773</b>	<b>100,00</b>	<b>268</b>	<b>100,00</b>	<b>370</b>	<b>100,00</b>	<b>1,38</b>
Sudeste	Intermediários	302	25,44	81	23,62	116	17,13	1,43
	Direto ao consumidor	131	11,04	115	33,53	207	30,58	1,80
	Outros	13	1,10	47	13,70	77	11,37	1,64
	Não vendeu	741	62,43	101	29,45	276	40,77	2,73
	<b>Total</b>	<b>1.187</b>	<b>100,00</b>	<b>343</b>	<b>100,00</b>	<b>677</b>	<b>100,00</b>	<b>1,97</b>
Sul	Intermediários	11.926	37,41	2.950	35,19	849	7,07	0,29
	Direto ao consumidor	4.108	12,89	1.633	19,48	1.688	14,06	1,03
	Outros	474	1,49	175	2,09	163	1,36	0,93
	Não vendeu	15.369	48,21	3.626	43,25	9.308	77,51	2,57
	<b>Total</b>	<b>31.877</b>	<b>100,00</b>	<b>8.383</b>	<b>100,00</b>	<b>12.008</b>	<b>100,00</b>	<b>1,43</b>
Centro-Oeste	Intermediários	51	26,84	22	18,49	34	21,66	1,55
	Direto ao consumidor	36	18,95	81	68,07	66	42,04	0,81
	Outros	1	0,53	1	0,83	1	0,63	1,00
	Não vendeu	102	53,68	15	12,61	56	35,67	3,73
	<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>100,00</b>	<b>119</b>	<b>100,00</b>	<b>157</b>	<b>100,00</b>	<b>1,31</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Obs.: para dados inexistentes ou iguais a zero são atribuídos o caractere "-".

Entre o conjunto de dados apresentados na tabela 17, uma informação particularmente relevante diz respeito ao valor da produção. Em primeiro lugar, cabe notar a importância dos mercados diretos à agregação de valor, de modo que, na região Sul, mesmo representando

8. Entre os 474 estabelecimentos que utilizaram "outros" canais de venda, 210 entregaram para cooperativas, 225 para governos e 25 para empresas integradoras e indústrias.

uma proporção menor da quantidade comercializada, o valor total obtido neste tipo de venda é o dobro daquele alcançado pelos estabelecimentos que utilizam intermediários. Com efeito, nesta região, o preço de venda para os consumidores é 3,5 vezes superior àquele obtido junto aos intermediários. Com menor magnitude, esta diferença reproduz-se no Nordeste e Sudeste. Entretanto, nas regiões Norte e Centro-Oeste, os preços pagos pelos intermediários são mais elevados que aqueles concernentes à venda direta. Outra informação relevante vinculada ao valor da produção diz respeito aos produtos que não foram vendidos. Como se pode notar, na região Sul, eles compõem 43% da quantidade total produzida, mas 77,5% do valor total da produção. Este dado sugere uma inconsistência que já poderia ter sido aludida em relação às tabelas anteriores. Na realidade, trata-se de um problema que se repete de modo quase generalizado para todos os produtos analisados, qual seja: em tese, o valor da produção não comercializada deveria ser obtido a partir da multiplicação da quantidade que lhe fosse correspondente por um preço médio ponderado (relativo aos demais canais de venda). Na prática, os recenseadores são impelidos a adotar outra estratégia: solicitar ao produtor que este especifique um preço médio adequado para o produto. Este tipo de questão coloca dificuldades evidentes, sobretudo considerando-se que muitos produtores possuem a atividade exclusivamente para o autoconsumo, desconhecendo os preços correntes do produto. Frente a isso, muitas vezes é o próprio recenseador que define o preço médio com base em sua experiência como consumidor (geralmente, urbano). Como consequência, há uma superestimação do preço para os produtos não comercializados. Assim, para todas as regiões, os dados da tabela 7 revelam que esta produção obtém os preços mais elevados, uma situação que se reproduz com alguma frequência em relação aos demais produtos (ver as demais tabelas).

### 3.2.8 Queijo e requeijão

Entre todos os produtos selecionados, a produção de queijo e requeijão é aquela cuja distribuição territorial mostra-se mais paritária, o que não elimina diferenças regionais significativas. As três principais regiões produtoras são Sul, Sudeste e Nordeste, as quais respondem, conjuntamente, por quase 90% das 110 mil t industrializadas pelo conjunto dos estabelecimentos rurais no Brasil.

Entre estas regiões, no Sul, concentra-se o maior número de produtores: 30,7 mil, dos quais 42,6% não comercializam o produto (o que corresponde a 10% da quantidade total produzida). No entanto, a produção nesta região (14 mil t) corresponde à cerca da metade daquela elaborada no Nordeste por 19 mil produtores (36 mil t) e a um terço do que produzem 21,8 mil produtores no Sudeste (49 mil t), regiões onde a proporção de estabelecimentos que processa, mas não comercializa, gravita em torno de 20%. A mesma proporção é registrada nas regiões Norte e Centro-Oeste, as quais possuem números menos expressivos em relação ao montante da produção, mas não desprezíveis. Com 6 mil estabelecimentos produtores, o Centro-Oeste é responsável por 8 mil t, ao passo que, no Norte, quase 4 mil t são processadas por 3 mil estabelecimentos rurais.

No que diz respeito ao destino da produção, a região Sul é a única onde a venda direta (47,3%) é mais relevante que a entrega para intermediários (39,5%), o que faz deste circuito curto responsável pela metade de todo valor da produção gerada no segmento (incluindo a produção não vendida). Nas demais regiões, a proporção da venda direta situa-se entre 23,8% no Nordeste e 37,9% no Centro-Oeste, valores igualmente relevantes em face de outros produtos agroindustrializados onde o vínculo entre produtores e consumidores não é tão presente. A utilização de outros canais de comercialização continua sendo uma opção restrita, sobretudo em vista de este ser um produto em que as exigências sanitárias para a venda em circuitos formais são particularmente constringentes.

TABELA 18

**Destino da produção de queijo e requeijão, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	1.233	41,36	2.628	67,96	10.478	64,48	3,99
	Direto ao consumidor	949	31,83	1.017	26,30	4.649	28,61	4,57
	Outros	48	1,61	78	2,02	408	2,51	5,56
	Não vendeu	751	25,19	144	3,72	716	4,41	4,97
	<b>Total</b>	<b>2.981</b>	<b>100,00</b>	<b>3.867</b>	<b>100,00</b>	<b>16.251</b>	<b>100,00</b>	<b>4,20</b>
Nordeste	Intermediários	9.402	48,70	27.940	78,04	74.219	70,73	2,66
	Direto ao consumidor	6.000	31,08	5.611	15,67	24.950	23,78	4,45
	Outros	198	1,03	1.601	4,47	2.581	2,46	1,61
	Não vendeu	3.704	19,19	648	1,81	3.179	3,03	4,91
	<b>Total</b>	<b>19.304</b>	<b>100,00</b>	<b>35.800</b>	<b>100,00</b>	<b>104.929</b>	<b>100,00</b>	<b>2,93</b>
Sudeste	Intermediários	9.730	44,56	33.414	68,46	125.635	67,67	3,76
	Direto ao consumidor	8.647	39,60	12.729	26,08	49.037	26,41	3,85
	Outros	385	1,76	1.569	3,21	6.293	3,39	4,01
	Não vendeu	3.075	14,08	1.094	2,24	4.695	2,53	4,29
	<b>Total</b>	<b>21.837</b>	<b>100,00</b>	<b>48.806</b>	<b>100,00</b>	<b>185.660</b>	<b>100,00</b>	<b>3,80</b>
Sul	Intermediários	6.058	19,68	5.666	39,50	25.685	36,80	4,53
	Direto ao consumidor	11.269	36,61	6.787	47,32	35.189	50,41	5,18
	Outros	336	1,09	458	3,19	1.561	2,24	3,41
	Não vendeu	13.120	42,62	1.433	9,99	7.369	10,56	5,14
	<b>Total</b>	<b>30.783</b>	<b>100,00</b>	<b>14.344</b>	<b>100,00</b>	<b>69.804</b>	<b>100,00</b>	<b>4,87</b>
Centro-Oeste	Intermediários	2.112	35,68	4.898	56,64	17.823	51,85	3,64
	Direto ao consumidor	2.442	41,25	2.977	34,43	13.028	37,90	4,38
	Outros	82	1,39	258	2,98	1.067	3,10	4,14
	Não vendeu	1.284	21,69	514	5,94	2.455	7,14	4,78
	<b>Total</b>	<b>5.920</b>	<b>100,00</b>	<b>8.647</b>	<b>100,00</b>	<b>34.373</b>	<b>100,00</b>	<b>3,98</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

É na produção de queijos que se encontra o exemplo mais emblemático dos conflitos envolvendo a legislação sanitária vigente e as práticas, saberes e modos tradicionais de produção (Vitrolles, 2009, Krone e Menasche, 2010). Em relação aos preços obtidos pelos produtores nos diferentes canais de comercialização, a venda direta constitui-se, sem exceção, no circuito com valores mais elevados. A diferença em relação ao preço obtido junto aos intermediários varia entre R\$ 0,09 no Sudeste e R\$ 1,79 no Nordeste, região onde a dispersão territorial dos produtores, conjugada à concentração dos centros de consumo nas áreas litorâneas, incorre em custos mais elevados de transporte e conservação. O mesmo poderia ser afirmado em relação às regiões Norte e Centro-Oeste, mas, nestes casos, é necessário ponderar que a produção e o consumo são menos expressivos e ocorrem em uma extensão territorial mais circunscrita, de modo que os próprios dados de venda direta são relativamente mais relevantes nestas regiões.

### 3.2.9 Rapadura

Seguindo um comportamento similar aos dados referentes à produção de Aguardente de cana, a produção de rapadura também se concentra nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul. Principal produtor, o Nordeste possui 6,5 mil estabelecimentos rurais que processam quase

24 mil t anualmente. É o triplo do volume produzido por 4,4 mil produtores da região Sudeste. Mas é, sobretudo, em relação à região Sul, que esta diferença se mostra espantosa, haja vista que a produção dos 2,7 mil estabelecimentos rurais da região não alcança mil t, uma quantidade inclusive inferior àquela processada no Centro-Oeste (1,5 mil t), onde existem apenas 723 produtores. Isto se explica na medida em que, na região Sul, 78% dos estabelecimentos processadores não comercializam o produto, enquanto esta proporção é de 24% no Nordeste, 45% no Sudeste e, 19% nas demais regiões.

TABELA 19

**Destino da produção de rapadura, segundo região, número de estabelecimentos produtores, quantidade produzida, valor da produção e preço médio obtido (2006)**

	Destino da produção	Estabelecimentos	%	Quantidade produzida (t)	%	Valor da produção (R\$ mil)	%	Preço médio (R\$)
Norte	Intermediários	69	31,80	167	59,01	267	48,55	1,60
	Direto ao consumidor	102	47,00	110	38,87	262	47,63	2,38
	Outros	5	2,30	3	1,06	12	2,18	4,00
	Não vendeu	41	18,89	3	1,06	9	1,64	3,00
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100,00</b>	<b>283</b>	<b>100,00</b>	<b>550</b>	<b>100,00</b>	<b>1,93</b>
Nordeste	Intermediários	3.661	55,95	20.763	86,86	18.536	83,99	0,89
	Direto ao consumidor	1.267	19,36	1.849	7,74	2.157	9,77	1,17
	Outros	65	0,99	482	2,02	522	2,37	1,08
	Não vendeu	1.550	23,69	809	3,38	855	3,87	1,06
	<b>Total</b>	<b>6.543</b>	<b>100,00</b>	<b>23.903</b>	<b>100,00</b>	<b>22.070</b>	<b>100,00</b>	<b>0,92</b>
Sudeste	Intermediários	1.052	23,64	4.305	59,32	4.226	49,91	0,98
	Direto ao consumidor	1.285	28,87	1.474	20,31	2.204	26,03	1,50
	Outros	87	1,95	562	7,74	792	9,35	1,41
	Não vendeu	2.027	45,54	916	12,62	1.245	14,70	1,36
	<b>Total</b>	<b>4.451</b>	<b>100,00</b>	<b>7.257</b>	<b>100,00</b>	<b>8.467</b>	<b>100,00</b>	<b>1,17</b>
Sul	Intermediários	159	5,79	105	11,55	321	16,58	3,06
	Direto ao consumidor	411	14,97	494	54,35	1.122	57,95	2,27
	Outros	23	0,84	250	27,50	318	16,43	1,22
	Não vendeu	2.153	78,40	60	6,60	175	9,04	2,92
	<b>Total</b>	<b>2.746</b>	<b>100,00</b>	<b>909</b>	<b>100,00</b>	<b>1.936</b>	<b>100,00</b>	<b>2,13</b>
Centro-Oeste	Intermediários	234	32,37	909	59,84	1.413	54,64	1,55
	Direto ao consumidor	338	46,75	509	33,51	1.019	39,40	2,00
	Outros	17	2,35	81	5,33	113	4,37	1,40
	Não vendeu	134	18,53	20	1,32	41	1,59	2,05
	<b>Total</b>	<b>723</b>	<b>100,00</b>	<b>1.519</b>	<b>100,00</b>	<b>2.586</b>	<b>100,00</b>	<b>1,70</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Em relação à produção destinada à venda, a região Sul novamente destaca-se pela presença dos mercados diretos, através dos quais passam 54% de toda produção regional e 58% do valor da produção. De outro modo, no Nordeste verifica-se uma dependência dos produtores aos intermediários, os quais controlam a circulação de 87% da quantidade e 84% do valor produzido. Note-se, ainda, que, nesta região, apenas 7,7% da produção é comercializada diretamente aos consumidores, o que reduz consideravelmente a receita obtida pelos produtores. Em média, o preço pago pelos intermediários, no Nordeste, é R\$ 0,28 inferior àquele recebido diretamente dos consumidores. No Sudeste, essa diferença é ainda maior, R\$ 0,52, e, na região Norte, chega a R\$ 0,78. Contudo, um dado contraditório diz

respeito ao preço mais elevado que os produtores do Sul obtêm junto aos intermediários (R\$ 3,06/kg) *vis-à-vis* a venda direta aos consumidores (R\$ 2,27/kg). Um dado que, assim como outros aqui apresentados, necessita de explicações a partir de estudos de caso específicos em relação a esta produção.

Os dados apresentados para o conjunto dos produtos da agroindústria rural demonstram, em primeiro lugar, que a escolha por um canal de comercialização ou outro está associada ao tipo de produto em questão, cuja produção geralmente encontra-se concentrada em uma ou duas regiões brasileiras (por exemplo, predominância de intermediários para a comercialização de farinha de mandioca, concentrada no Norte e Nordeste; venda direta para a comercialização de embutidos e geleias, concentrada no Sul). Em segundo lugar, os dados revelam que a desigualdade regional em relação aos fatores elencados condiciona o destino da produção. Em alguns casos, a dispersão territorial dos estabelecimentos, a menor escala de produção ou o grau de informalidade institucional dentro da qual a agroindústria opera favorece a presença de intermediários. Em outros, a existência de estruturas agroindustriais mais consolidadas e a proximidade com centros consumidores maiores tornam mais relevantes os mercados diretos e a venda para cooperativas e indústrias.

Desta forma, os relacionamentos decorrentes da proximidade produtor-consumidor, embasados principalmente na confiança, viabilizam a frequência das transações, mantendo os circuitos locais e a sustentabilidade para estes mercados (Oliveira *et al.*, 2002; Wilkinson, 2008; Gazolla e Pelegrini, 2010). No entanto, tais relacionamentos ocorrem com maior frequência em algumas regiões e alguns produtos, não podendo ser generalizados para todas as situações. Frente a muitas destas dificuldades, a saída encontrada é a crescente organização em redes, associações e cooperativas, como forma de avançar suas conquistas e obter reconhecimento perante a sociedade (Mior, 2005).

#### 4 AGREGAÇÃO DE VALOR NAS AGROINDÚSTRIAS RURAIS

Uma série de desafios tem se apresentado ao desenvolvimento da economia brasileira nos últimos anos, muitos dos quais intimamente relacionados à agricultura e ao meio rural. Em primeiro lugar, reacende um debate civilizatório em torno da problemática socioambiental, o qual reposiciona cada vez mais ao centro da agenda do desenvolvimento uma série de indagações sobre a possibilidade de equalizar sustentabilidade e as metas de crescimento da economia. Um segundo desafio diz respeito à necessidade de inovar na trajetória de desenvolvimento econômico como forma de superar o que autores como Carneiro e Matejascic (2009) denominam risco de “primarização da economia brasileira”, um suposto efeito indesejado relacionado ao fato de esta desenvolver-se de modo crescentemente atrelado à produção e exportação de matérias-primas (*commodities*) que não sofrem transformações substanciais.<sup>9</sup>

Um terceiro desafio diretamente atrelado aos dois anteriores concerne à criação de novos mecanismos de agregação de valores aos produtos agropecuários. Em outras palavras, tem se constituindo um profícuo debate acerca da constituição de mecanismos inovadores, capazes de sustentar as metas de crescimento econômico, ampliando e diversificando o segmento agroindustrial de processamento, mas com uma preocupação fundamental com a sustentabilidade das práticas produtivas e a conservação dos recursos naturais. Com efeito,

9. Uma situação que na literatura econômica também ficou conhecida pelo termo *dutch disease* (doença holandesa). Este risco de primarização, sobretudo associado à pauta de exportações, tem sido objeto de intenso e controverso debate nos anos recentes. Entre outros, veja Sicsú (2008) e Negri e Alvarenga (2011).

esse desafio traz novamente à tona uma reflexão primordial sobre o papel da agricultura, do setor agroindustrial e do meio rural no processo de desenvolvimento, focalizando as formas de adição de valor aos produtos agrícolas. É notadamente neste contexto que emerge o debate sobre o papel das agroindústrias rurais. Ao mesmo tempo em que ampliam a capacidade de reprodução de importantes segmentos sociais e econômicos, como a agricultura familiar, essas agroindústrias consolidam-se como uma estratégia endógena de ampliação do valor agregado às matérias-primas, alimentos e fibras no interior dos próprios espaços rurais.

De maneira geral, essas experiências de agregação de valor relacionadas à transformação agroindustrial no espaço rural apresentam um conjunto de características básicas, a saber: *i*) visam adicionar valor às matérias-primas, fibras e alimentos produzidos pelas próprias unidades de produção, principalmente na agricultura familiar; *ii*) produzem alimentos que podem ser definidos exclusivamente como transformados, mas geralmente também carregam consigo especificidades qualitativas derivadas das particularidades dos valores sociais, culturais e ecológicos que portam; *iii*) são iniciativas que utilizam de pequena e média escala, quando ligadas à agricultura familiar, e de maiores escalas, quando associadas a estabelecimentos não familiares; *iv*) os alimentos podem servir tanto para o autoconsumo familiar como para a venda – contudo, quando acessam os mercados, dirigem-se principalmente às cadeias curtas e aos circuitos de proximidade social e territorial; e *v*) possuem uma relação controversa com as instituições reguladoras da produção, distribuição e consumo, uma vez que operam segundo lógicas produtivas diferenciadas da produção industrial *stricto sensu*.

Esta seção visa subsidiar essa discussão a partir de uma análise dos dados censitários referentes à agregação de valor na agroindústria rural. A discussão concentra-se nas inter-relações entre os resultados quantitativos referentes ao cruzamento de variáveis, como valor da produção, valor de venda e valor agregado, e as particularidades de diferentes contextos socioeconômicos e político-institucionais encontrados tanto no âmbito da macrorregião quanto na lógica em que são constituídas as diferentes cadeias de valor.

A seguir, encontra-se: *i*) uma breve discussão teórica a respeito da problemática da agregação de valor na agroindústria rural; *ii*) as opções metodológicas e as variáveis específicas ao estudo aqui empreendido; *iii*) as tabulações dos dados para o conjunto de produtos escolhidos e uma discussão sobre os principais resultados obtidos; e *iv*) algumas das conclusões do estudo.

#### **4.1 Agregação de valor na agricultura brasileira: uma breve revisão teórica**

Ploeg (2008, p. 60) é um primeiro autor que esboça uma definição mais geral de valor agregado como uma das características centrais do que ele chama de condição camponesa. Segundo o autor, a reprodução de determinados segmentos da agricultura familiar depende de suas capacidades de orientarem-se para a produção e ampliação do valor agregado, fortalecendo, para tanto, os recursos autocriados e automanejados disponíveis nas unidades de produção.

A condição camponesa seria o resultado de cinco características principais: *i*) os camponeses possuem uma base de recursos quase sempre limitada; *ii*) a mão de obra das unidades de produção é abundante, enquanto os objetos de trabalho e outros fatores de produção são escassos; *iii*) os recursos sociais e materiais dos camponeses representariam uma unidade orgânica não divisível; *iv*) a centralidade de um trabalho individual, familiar e coletivo qualificado e de baixo custo; e *v*) uma reprodução social relativamente autônoma



e historicamente garantida, sendo pouco mercantilizados. Segundo Ploeg (2008, p. 62), estas características do modo camponês de fazer agricultura dirigem esses agricultores à obtenção de montantes superiores de valor agregado, utilizando-se para isso de dois níveis inter-relacionados: a comunidade geral em que a unidade camponesa está imersa e o nível dos atores individuais envolvidos nestes processos.

Ao encontro dos argumentos anteriores, Mior (2005; 2007, p. 13) afirma que dois aspectos são centrais à viabilização da agregação de valor na agroindústria rural. O primeiro decorre do fato de os agricultores utilizarem seus próprios recursos, força de trabalho, processos artesanais de produção e da pequena escala para viabilizar a atividade de processamento. O segundo diz respeito ao uso do saber fazer incorporado a uma cultura regional. Esse conhecimento dos agricultores é importante para a elaboração de produtos agroindustriais diferenciados, que possuem junto aos consumidores uma representação de qualidade distintiva, sobretudo se comparados aos produtos convencionais da grande distribuição agroalimentar. Esta diferenciação constitui um fator estratégico para estes alimentos beneficiarem-se comercialmente de uma imagem artesanal, colonial, agroecológica, local, entre vários outros atributos que lhes proporcionam acesso aos mercados e valores adicionados.

Mior (2005) ainda sustenta uma série de elementos que definem o modo específico como os agricultores realizam a agregação de valor em suas agroindústrias familiares rurais. Segundo o autor, os seguintes aspectos podem ser elencados como característicos dessa forma de produção e trabalho: *i*) localização no meio rural; *ii*) utilização de máquinas, equipamentos e escalas menores; *iii*) procedência própria da maior parte das matérias-primas processadas ou utilização daquela produzida por vizinhos; *iv*) processos artesanais próprios de fabricação dos alimentos; *v*) utilização de mão de obra familiar; *vi*) existência de empreendimentos associativos entre famílias com grau de parentesco ou individuais; e *vii*) internalização crescente dos aspectos regulatórios e fiscais nos empreendimentos.

Consideradas essas características, as quais remetem à essência da organização da unidade familiar de produção, pode-se trazer novamente à tona um importante debate empreendido entre os estudiosos rurais brasileiros no final da década de 1990 sobre o estatuto teórico da atividade agroindustrial.

Com efeito, Wilkinson e Mior (1999, p. 1) criticam a abordagem do “novo rural brasileiro”, na medida em que esta situa as pequenas agroindústrias rurais como parte das atividades “não agrícolas”. Para os autores, estas atividades de processamento agroalimentar estão longe de constituir um “novo rural”, haja vista serem quase tão antigas quanto à própria agricultura. Os autores defendem que a sua inclusão nesta rubrica obscurece o surgimento de um novo tipo de valorização do espaço rural para o qual estes estudos têm chamado atenção e que deve ser levado em conta nas políticas locais e regionais. Ainda de acordo com os autores, o sentido principal destas iniciativas de agroindustrialização é o de agregar valor às próprias matérias-primas produzidas na propriedade rural, adicionado ainda a elas um *plus* de valor por meio da comercialização.

Por sua vez, Maluf (2004) alude que essas atividades agroalimentares são essenciais à reprodução social digna das famílias, posto que constituam fontes diretas de renda monetária e também para o autoconsumo, o que estaria relacionado à sua segurança alimentar. Afirma, ainda, que a agroindustrialização oferece suporte às outras atividades não agrícolas desenvolvidas pelas famílias, de modo que essas iniciativas não deveriam ser classificadas como não agrícolas, coincidindo nesse ponto com os argumentos aqui elencados. Nesta

perspectiva, seria um equívoco separar a agroindustrialização da atividade agrícola, sobretudo na agricultura familiar, uma vez que esta fornece a base necessária ao desenvolvimento da atividade de processamento e transformação.

Ainda de acordo com Maluf (2004), geralmente essas iniciativas reproduzem economicamente porque, justamente, estabelecem uma estrutura produtiva e uma lógica organizacional que lhes permite produzir a própria matéria-prima agrícola, agregando valor através do processamento, de forma individual ou associativa. Ademais, cabe notar que as unidades familiares geralmente realizam a agregação de valor como uma entre outras atividades econômicas, sempre observando a combinação dos recursos (insumos, trabalho, capital etc.) com o conjunto dos processos (re)produtivos. Assim, elas buscam manter a diversificação como esteio básico de uma organização que visa reduzir o grau de vulnerabilidade face às contingências da produção agrícola e dos próprios mercados agroalimentares (Niederle e Wesz, 2009).

Outro autor que desenvolveu pesquisas visando compreender estas iniciativas de agregação de valor nos empreendimentos rurais familiares é Prezotto (2002a, 2002b). Segundo o autor, as agroindústrias rurais de pequeno porte surgiriam como uma alternativa ao modelo atual de desenvolvimento agrícola visando sustentabilidade social, econômica e ambiental, superando uma abordagem estritamente agrícola dos processos de desenvolvimento. Neste sentido, pode-se afirmar que empreendimentos se reproduziriam com base em três atributos fundamentais: *i*) a economia em pequena escala de processamento dos alimentos; *ii*) um modelo de agroindustrialização descentralizado, haja vista que estes empreendimentos pulverizam-se nos diferentes espaços rurais; e *iii*) as unidades agroindustriais desenvolve-se com uma perspectiva emergente de “qualidade ampla”, a qual considera outros aspectos além daqueles estritamente normativos e regulamentares formais para definir os padrões qualitativos dos alimentos. De outro modo, essa noção de qualidade ampla traz consigo aspectos valorativos como os ecológicos, sociais e culturais, todos fortemente enraizados na lógica produtiva das agroindustriais rurais familiares (Wilkinson, 2008).

Prezotto (2002b) elenca ainda outros aspectos que caracterizariam o processo de agregação de valor em agroindústrias de pequeno e médio porte: *i*) a propriedade e a gestão seriam feitas pelo grupo familiar e/ou com grupos coletivos de famílias; *ii*) a produção das matérias-primas é familiar e/ou do grupo associado ou, ainda, comprada em pequenas quantidades de vizinhos e outros agricultores locais; *iii*) a mão de obra é predominante familiar, podendo contar eventualmente com empregados contratados; *iv*) as tecnologias utilizadas são adequadas à escala produtiva, proporcionando a viabilidade econômica das unidades e a qualidade dos alimentos; *v*) sua localização é predominante nos espaços rurais; *vi*) as unidades diferenciariam os produtos fabricados; e *vii*) se organizariam formando redes de atores coletivos para superar entraves diversos, sobretudo de comercialização.

Como se pode observar, para todos os autores brevemente referidos acima, a agregação de valor aparece como um argumento principal para a estruturação de estratégias de desenvolvimento rural fundadas na expansão deste tipo de experiência. A ideia que norteia a maior parte dos estudos é a de que as iniciativas de agroindustrialização deveriam ser dirigidas a adicionar maiores valores à produção gerada na dinâmica interna das propriedades rurais. A agregação de valor é entendida pela maior parte dos autores como um mecanismo para ampliar a margem de lucro econômico da atividade agrícola, uma vez que o acesso aos mercados geraria um “preço prêmio” e maiores rendimentos às famílias (Pelegrini e Gazolla, 2008). Ao mesmo tempo, pode-se sublinhar que esta discussão é também

basicamente direcionada às “agroindústrias da agricultura familiar”, visto que os estudos ressaltam sempre a pequena e média escala existente, o uso da força de trabalho familiar e a existência de uma economia de proximidades como fatores quase determinantes ao desenvolvimento destas iniciativas.

Para além destes elementos, pode-se ainda argumentar que a agregação de valor também pode advir de efeitos indiretos relacionados à redução dos custos de produção e transação envolvidos em todos os elos da cadeia de processamento. Embora isso não seja uma novidade teórica, este argumento sublinha um equívoco recorrente em desconsiderar aquelas situações em que as unidades agroindustriais de maior escala revelam custos muito próximos ao rendimento bruto obtido a partir dos processos de transformação, o que torna pouco vantajosas tais operações de processamento (caracterizando deseconomias de escala).

Nesse sentido, expressar-se-ia algo similar àquilo que Ploeg (2008) denomina de trajetória de *squeeze*<sup>10</sup> da agricultura, uma situação em que os custos produtivos seriam muito próximos às rendas geradas com as atividades rurais, devido, sobretudo, ao crescente processo de externalização (compra de tecnologias, insumos, bens e produtos externos). Isto apenas ratifica a necessidade de, ao se analisarem os processos de agregação de valores via processos de transformação alimentar, para além de verificar o valor monetário bruto gerado, observar os custos de produção e de transação envolvidos nesses processos. Essa é uma situação particularmente importante, embora não exclusiva, à dinâmica dos médios e grandes estabelecimentos rurais, nos quais o consumo intermediário e a compra de matérias-primas provenientes de fora da unidade de produção frequentemente são mais expressivos.

## 4.2 Os dados censitários e as possibilidades de análise

Nesta seção, são apresentadas as opções metodológicas, destacando as possibilidades e os limites concernentes ao tipo de informação analisada. Como afirmamos acima, a compreensão da agroindústria rural torna-se uma tarefa particularmente desafiadora, não apenas pelas complexas dinâmicas socioeconômicas que a atividade envolve, mas também pela própria imprecisão dos levantamentos censitários a seu respeito. Isso decorre fundamentalmente do fato de a unidade de análise ser o “estabelecimento rural”, de onde deriva uma definição de agroindústria rural que abarca um amplo conjunto de atividades de transformação e beneficiamento de produtos agropecuários independentemente do tamanho, tipo de estabelecimento rural (familiar ou não familiar), da destinação conferida ao produto (venda ou autoconsumo) e do volume processado.

Essa situação estabelece uma série de condicionantes à análise, alguns deles já discutidos em trabalhos anteriores, como ressaltado na seção introdutória. Para este artigo, eles se referem basicamente ao escopo de variáveis a partir das quais pode-se operar uma quantificação da agregação de valor na agroindústria familiar nos termos acima referidos. No quadro 1, são discriminadas as variáveis básicas utilizadas, muitas das quais dizem respeito a derivações de dados primários a partir dos quais o IBGE afere o valor da produção e das despesas.

10. A tradução para a palavra *squeeze* significa “aperto”, “compressão” ou “estreitamento”. É a situação gerada a partir do processo de modernização da agricultura, em que os agricultores são comprimidos, de um lado, pelo aumento dos custos de produção de insumos e tecnologias externas à propriedade e, de outro, pela queda nos preços dos principais produtos agrícolas e alimentos, gerando um processo de queda constante na rentabilidade das atividades produtivas. Para um aprofundamento desta noção, consultar Ploeg (2008).

QUADRO 1  
**Descrição das variáveis do IBGE analisadas**

ESTAB: total de estabelecimentos com declaração de processamento do produto
CNPJ: do total de estabelecimentos (ESTAB) quantos possuem CNPJ
VEND_INDU: valor total da venda da agroindústria dos estabelecimentos com o produto
VAL_A_IND: valor agregado total dos estabelecimentos com o produto
PVAL_PROD: valor da produção do produto proveniente de matéria prima própria
AVAL_PROD: valor da produção do produto proveniente de matéria prima adquirida
VAL_VEND: valor total aferido com a venda do produto
VAL_PROD: valor total da produção do produto
VAL_AGREG: valor agregado do produto

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).  
 Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Como pode ser verificado a seguir, conforme a metodologia tradicional utilizada pelo IBGE, os dados são separados por produto. Deste modo, eles permitem aferir valores totais (VAL\_PROD) declarados pelo estabelecimento processador com referência a determinado produto, assim como o valor total derivado da venda do produto (VAL\_VEND) e o valor total agregado do produto (VAL\_AGREG). Igualmente, é possível verificar o valor total da produção de determinado produto agroindustrializado identificando se este refere-se à matéria-prima própria (PVAL\_PROD) ou adquirida (AVAL\_PROD). Esse é o conjunto fundamental de variáveis que será analisado.

Por fim, cabe esclarecer que uma das principais limitações que os dados impõem à análise da dinâmica da agroindústria rural nos termos discutidos diz respeito à aferição dos custos de produção. O levantamento censitário permite apenas identificar as despesas totais dos estabelecimentos rurais que declararam a existência de produto agroindustrializado. Não é possível uma análise por produto e tampouco a compreensão dos custos específicos que incorrem nas atividades de transformação no estabelecimento rural.

De fato, a aferição de custos na agroindústria rural sempre foi uma questão mais intrincada do que o levantamento da quantidade e valor da produção. Isto decorre da complexa engenharia que conforma, sobretudo, as agroindústrias familiares, onde não é recorrente uma divisão precisa do trabalho, dos insumos e do capital físico entre as distintas atividades agrícolas, de processamento e não agrícolas. Identificar, por exemplo, quanto tempo do trabalho familiar é dispendido apenas nas atividades de processamento agroindustrial exigiria um esforço sistemático de levantamento que inviabilizaria a pesquisa censitária. O mesmo ocorreria se fossem computados separadamente os custos produtivos das atividades agrícolas de suporte às agroindústrias, daqueles diretamente ligados ao processamento dos alimentos. Ademais, muitas vezes, esse tipo de levantamento se depararia com a própria dificuldade de separar claramente as atividades agrícolas que dão suporte ao processamento (por exemplo, a produção das matérias-primas) e aquelas atividades consideradas estritamente agroindustriais, dependendo do grau de processamento ou beneficiamento do produto em questão.

Outro aspecto relevante a destacar diz respeito à inexistência de dados referentes aos custos de transação, igualmente relevantes para compreender mecanismos indiretos de agregação de valor. Portanto, uma análise mais criteriosa a partir do arcabouço analítico referido acima exigirá estudos empíricos específicos de experiências de agregação de valor, por meio das quais seja exequível avaliar os diversos custos, rendas (bruta, líquida), valores agregados, entre outros indicadores econômicos.

### 4.3 Agregação de valor nas agroindústrias rurais

A tabela 19 apresenta um primeiro conjunto de informações referentes a diferentes dinâmicas macrorregionais da agroindústria rural. Em primeiro lugar, pode-se notar a expressiva concentração deste tipo de estabelecimento nas regiões Nordeste e Sul, corroborando os dados relativos aos principais produtos processados, característicos dos sistemas agrários historicamente constituídos nessas regiões, principalmente pela predominância da agricultura familiar (tabelas 21 e 22). O que é comum a todas as regiões, ainda que alguma diferenciação possa ser notada, é a pequena porcentagem de estabelecimentos formalmente registrados. Apenas na região Sudeste, o número de agroindústrias com CNPJ supera 1%, ainda assim, uma proporção inexpressiva face ao montante de estabelecimentos atuando de modo informal. De fato, essa é uma realidade já apontada em diversos estudos de caso que exploraram os conflitos entre os princípios sanitaristas que regem a legislação concernente a este tipo de empreendimento e a realidade econômica e sociocultural dos agricultores brasileiros (Oliveira *et al.*, 1999; 2002; Raupp, 2005; Wilkinson, 2008).

Outra explicação para este fato está associada à perda, por parte dos agricultores, da condição de segurado especial da Previdência Social. Quando este assume em seu nome um CNPJ, institucionalmente tornam-se empresários sem benefício de aposentadoria rural, o que desencoraja a formalização. Em outros casos, os agricultores não fazem questão de se adequarem às normas tributárias vigentes, devido aos altos custos associados a esse regime fiscal, como estudos no Sul do país evidenciaram (Gazolla, 2009). Uma terceira situação refere-se à agroindustrialização de forma coletiva, por meio da qual as cooperativas assumem estes custos. Neste caso, as agroindústrias individuais utilizam o CNPJ cooperativado, sem sofrerem os problemas mencionados.<sup>11</sup>

O conjunto de dados apresentados a seguir traz ainda informações relativas ao resultado monetário da produção nos estabelecimentos processadores, os quais dizem respeito ao conjunto das atividades agrícolas e de beneficiamento. Quando se analisa a agregação de valor à produção agropecuária dos estabelecimentos brasileiros, nota-se uma diferenciação tanto entre os segmentos produtivos, familiares e não familiares, quanto diferenças significativas entre as macrorregiões do país. De modo geral, os dados censitários revelam que a agricultura familiar responde pela maior parcela dos valores agregados à produção associados à transformação dos alimentos. Esse segmento social é responsável por 78,40% da agregação de valor, enquanto a agricultura não familiar abarca uma porcentagem de 21,60%. Isso ratifica o peso mais expressivo dos estabelecimentos familiares neste tipo de estratégia de produção agroalimentar, como mencionado outrora (Mior, 2005; Wilkinson, 2008; Gazolla e Pelegrini, 2011).

Por sua vez, no que concerne às macrorregiões, a tabela 20 revela a heterogeneidade na agregação de valor realizada pela agroindústria rural. A região Nordeste destaca-se pelos números mais expressivos de valor total de venda da agroindústria (VEND\_INDU) e valor agregado total dos estabelecimentos (VAL\_A\_IND). A região aparece em primeiro lugar com 43% dos valores agregados aos alimentos. Em parte, isso se explica pela própria predominância dos estabelecimentos familiares nessa região, haja vista a agregação de valor ocorrer principalmente neste tipo de agricultura. Com percentuais menores aparecem às regiões Sudeste (24%) e Norte (21%). Em seguida, vem a Região Sul, com 8%, e a Região Centro-Oeste, com apenas 4%. Destaca-se a baixa porcentagem de agregação de valores das duas últimas regiões, principalmente o Sul, que é a segunda região a nível nacional em predominância de estabelecimentos familiares.

11. Por exemplo, é o que ocorre com as agroindústrias da Unidade Central de Apoio às Agroindústrias Familiares Rurais do Oeste Catarinense (UCAF).



Não obstante, essa ordenação altera-se na medida em que passamos a observar as médias de valor de venda (VEND\_INDU/ESTAB) e valor agregado (VAL\_A\_IND/ESTAB). Considerando os dados de valor de venda e valor agregado por estabelecimento, as regiões Sudeste e Centro-Oeste aparecem significativamente à frente das demais. Concentrando menor número de agroindústrias, a região Centro-Oeste desponta com quase R\$ 20 mil de venda total e R\$ 2 mil de valor agregado por estabelecimento, médias bastante acima daquela verificada em âmbito nacional (5,3 mil reais e 658 reais, respectivamente). Na região Sudeste, estas médias situam-se em R\$ 13 mil para valor de venda e R\$ 1,5 mil para valor agregado. Em seguida encontram-se as regiões Norte, Nordeste e Sul.

TABELA 20

**Número de estabelecimentos rurais com processamento, valor total da venda da agroindústria (R\$) e valor agregado total (R\$) dos estabelecimentos, segundo macrorregião geográfica (2006)**

Região	ESTAB (A)	CNPJ	%	VEND_INDU (B)	VAL_A_IND (C)	(B/A) %	(C/A) %	(C/B) %
Norte	82.761	244	0,29	535.996.040	78.132.396	6.476	944	14,6
Nordeste	281.083	1.192	0,42	1.159.930.140	161.606.313	4.126	574	13,9
Sudeste	60.794	791	1,30	797.321.947	88.970.316	13.115	1.463	11,2
Sul	133.372	869	0,65	270.099.996	31.280.336	2.025	234	11,6
Centro-Oeste	13.633	127	0,93	271.512.929	16.339.296	19.915	1.198	6,0
<b>Brasil</b>	<b>571.643</b>	<b>3223</b>	<b>0,56</b>	<b>3.034.861.052</b>	<b>376.328.656</b>	<b>5.309</b>	<b>658</b>	<b>12,4</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Por fim, a última coluna da tabela 20 informa a porcentagem de valor agregado em relação ao valor total de venda ( $VAL\_A\_INDU/VEND\_INDU \times 100$ ). Para Brasil, nota-se que o valor agregado corresponde a 12,4% do montante do valor comercializado. As regiões onde essa proporção revela-se mais expressiva são Norte (14,6) e Nordeste (13,9), seguidas pelas regiões Sul (11,6) e Sudeste (11,2). A região Centro-Oeste revela a menor relação (6,0), o que, em tese, significa uma concentração do segmento de processamento em produtos com menores margens de valor adicionado. De outro modo, as regiões Nordeste, Norte e Sul seriam mais representativas de uma lógica produtiva que privilegia produtos potenciais a geração de níveis mais elevados de valor agregado, o que caminha ao encontro da discussão empreendida anteriormente sobre a condição a partir da qual determinados segmentos da agricultura familiar inserem-se na atividade de agroindustrialização (menores escalas, mão de obra familiar, matérias-primas próprias e circuitos de comercialização que remuneram a qualidade diferenciada dos produtos).

Com efeito, uma primeira explicação para essas diferenças macrorregionais deve ser buscada nas características intrínsecas aos estabelecimentos de processamento encontrados em cada contexto. De modo geral, as regiões Centro-Oeste e Sudeste apresentam um setor agroindustrial mais capitalizado e com maiores escalas de produção, enquanto as regiões Nordeste, Norte e Sul revelam a presença mais significativa de unidades familiares processando pequenas quantidades, não raro apenas para o autoconsumo familiar, o que reduz consideravelmente as médias de valor comercializado e valor agregado por estabelecimento.

Associado a isso, cabe ainda ponderar para a categoria de produto processado nessas regiões. Em textos anteriores, definiu-se de maneira detalhada a diferença entre estabelecimentos familiares e não familiares, assim como o perfil da agroindústria rural nas distintas macrorregiões abarcando o tipo de produto processado, volume de produção e canais de comercialização (Bastian *et al.*, 2011; Niederle *et al.*, 2011). Os dados demonstraram a

região Sul com o maior número de produtores de queijos, doces, geleias, embutidos e panificados, enquanto produtos como farinha de mandioca, aguardente, fubá de milho, tapioca e rapadura são característicos dos estabelecimentos das regiões Nordeste e Sudeste. Ademais, mostrou-se uma dinâmica diferenciada das distintas cadeias produtivas nessas regiões, revelando diferentes níveis de concentração industrial e canais de venda para cada produto. Algumas dessas informações serão retomadas doravante na medida em que sejam úteis para analisar os dados apresentados nas tabelas 21 e 22, os quais fazem alusão a uma cesta de nove produtos escolhidos como representativos da agroindústria rural (devido ao maior grau de transformação das matérias-primas e sua importância produtiva e econômica) entre o conjunto de 32 produtos agroindustrializados identificados pelo censo agropecuário.

A tabela 21 identifica o número de estabelecimentos processadores para os nove produtos selecionados a nível nacional, assim como a porcentagem de agroindústrias formalmente registradas. Novamente, a situação de informalidade das iniciativas repete-se em todos os produtos. Apesar de alguns produtos exibirem um número um pouco mais expressivo de estabelecimentos formais, em todos os casos, a característica marcante é o alto índice de unidades de produção sem registro legal, considerando-se o CNPJ como parâmetro.

No que se refere aos dados sobre valor total de venda, valor agregado total e dos estabelecimentos com processamento, nota-se uma interessante diferenciação que caminha ao encontro da discussão anterior: característica da região Nordeste, onde se encontram mais de 177 mil dos 264 mil estabelecimentos rurais de processamento, a farinha de mandioca desponta como o produto de maior presença em estabelecimentos que, no seu conjunto, são responsáveis pela maior parcela dos valores totais de venda (VEND\_IND) e agregação de valor (VAL\_A\_IND), o que não é difícil entender face ao expressivo número de estabelecimentos produtores comparativamente aos demais produtos. Assim o valor agregado total para os estabelecimentos com beneficiamento de farinha de mandioca desponta com um montante que supera todos os demais produtos somados. Cabe notar que, entre o número de estabelecimentos processadores de queijos no Brasil, 38% deles encontram-se na região Sul. Por sua vez, no caso de produtos de panificação (pães, bolos e bolachas) e embutidos (salames, mortadela, linguiças), essa proporção representa, respectivamente, 92% e 98%.

Quando se analisam os valores de vendas por estabelecimento (VEND\_IND/ESTAB) para os produtos, nota-se a aguardente de cana em destaque com R\$ 11.948,00 em comercialização. Em segundo lugar, em ordem de valores de vendas, o queijo e requeijão (R\$ 5.882,00), porém, com menos da metade dos valores da aguardente de cana. Depois aparecem a rapadura (R\$ 3.506,00) e a farinha de mandioca (R\$ 3.097,00), com valores muito próximos uma da outra. Com valores menores de vendas, vêm os doces e geleias, a goma ou tapioca, os embutidos, o fubá de milho e os pães, bolos e biscoitos. Estes produtos são comercializados em diferentes mercados como se discutiu em trabalho anterior (Niederle *et al.*, 2011).

TABELA 21

**Brasil – Número de estabelecimentos rurais com processamento, valor total de despesas, valor total da venda da agroindústria e valor agregado total do estabelecimento, segundo tipo de produto (2006)**

Produtos	Estabelecimentos (A)	CNPJ	%	VEND_IND (B)	VAL_A_IND (C)	(B/A)	(C/A)	(C/B) %
Aguardente de cana	11.124	220	1,98	132.903.199	37.291.433	11.948	3.352	28,05
Doces e geleias	14.647	161	1,10	35.617.842	2.169.929	2.432	148	6,09
Farinha de mandioca	264.882	626	0,24	820.393.855	194.241.852	3.097	733	23,67
Fubá de milho	7.438	28	0,38	11.485.464	3.343.651	1.544	450	29,11

(Continua)



(Continuação)

Produtos	Estabelecimentos (A)	CNPJ	%	VEND_INDU (B)	VAL_A_IND (C)	(B/A)	(C/A)	(C/B) %
Pães, bolos e biscoitos	34.829	142	0,41	36.288.567	2.990.357	1.042	86	8,24
Queijo e requeijão	80.825	546	0,68	475.402.703	65.690.063	5.882	813	13,81
Rapadura	14.680	61	0,42	51.468.462	14.618.141	3.506	996	28,40
Embutidos	17.722	109	0,62	30.766.093	3.312.760	1.736	187	10,76
Goma ou tapioca	40.251	98	0,24	92.073.490	11.523.999	2.287	286	12,51

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

A análise dos dados dos valores agregados por estabelecimento (VAL\_A\_IND/ESTAB) demonstra que, de maneira geral, o produto que possui o maior valor agregado é a aguardente de cana com R\$ 3.352,00 por estabelecimento. Este valor agregado pela aguardente é muito superior aos demais, por exemplo, se comparado ao segundo produto, que é a rapadura, com um valor em torno de três vezes menor, com apenas R\$ 996,00 por estabelecimento. Estes dois produtos são derivados da cana de açúcar, demonstrando a importância que a cultura possui para a agregação de valor nestas iniciativas a nível nacional. Com valores intermediários de agregação de valor aparecem o queijo e o requeijão (R\$ 813,00), a farinha de mandioca (R\$ 733,00) e o fubá de milho (R\$ 450,00). Depois, com menores valores agregados, aparecem a goma ou tapioca, os embutidos, os doces e geleias e os pães bolos e biscoitos. É fundamental conhecer estes dados, pois eles podem influenciar diferentes estratégias de agroindustrialização por produto junto às famílias e regiões do país, tendo como base de decisão os valores agregados que os diferentes alimentos podem gerar em uma propriedade rural.

Ainda, pela análise dos dados da última coluna da tabela 21, é possível observar a porcentagem de valor agregado em relação ao valor total de venda por produto (VAL\_A\_IND/VEND\_INDU x 100). O principal produto com maior valor agregado na comercialização é o fubá de milho com 29,11%, mas ele fica muito pouco acima de dois outros produtos, que são a rapadura, com 28,40%, e a aguardente de cana, com 28,05%, sendo a diferença pequena. Estes três produtos lideram os maiores percentuais agregados nas vendas. Depois aparece a farinha de mandioca com 23,67%, o queijo e o requeijão com 13,81%, a goma ou tapioca com 12,51% e os embutidos com 10,76%. Com menores valores estão os pães, bolos e biscoitos e os doces e geleias que ficam abaixo de 10%.

Na tabela 22, é apresentado outro conjunto de dados que, neste caso, dizem respeito especificamente a valores de produção obtidos a partir do produto em questão. Inicialmente, analisam-se os dados referentes ao valor total da produção (VAL\_PROD) e o valor total aferido com a venda do produto (VAL\_VEND). Ao compararem-se as duas colunas, pode-se observar a porcentagem de valor gerado que efetivamente passou pelos mercados. Descontando-se o montante de venda do valor total (VAL\_PROD - VAL\_VEND) também é possível identificar o valor que foi destinado ao autoconsumo familiar ou à formação de estoques no próprio estabelecimento.<sup>12</sup> Os produtos com maior porcentagem de venda são doces e geleias (91,3%), aguardente de cana (90,2%), queijo e requeijão (88,3%) e rapadura (87,4%), seguidos por farinha de mandioca (71,9%), goma ou tapioca (64,7%), embutidos (59,9%), panificados (59,3%) e fubá de milho (52,2%) (VAL\_VEND x 100/VAL\_PROD).

12. No entanto, a partir dessa informação, não há condições de afirmar qual foi o destino exato dessa parcela não comercializada da produção.

Como discutido em outro momento, existe um amplo conjunto de condicionantes à comercialização desses produtos que necessitam ser analisados para explicar esses dados, os quais não podem ser retomados em detalhe no escopo deste artigo. Esses condicionantes abarcam desde as características de consumo do produto (uso, frequência, quantidade, ocasião), passando pela influência do contexto local ou regional em que se inserem as experiências, indo até a configuração dos canais de comercialização (variando desde a venda direta até a entrega para cooperativas ou empresas, passando pelos mercados institucionais), o que define diferenciais significativos de valor (Niederle *et al.*, 2011).

Ademais, cabe ponderar que a parcela comercializada de alguns destes produtos pode estar sendo subestimada em virtude das fragilidades da própria metodologia de levantamento censitário. Com receio de sanções em virtude da inadequação do estabelecimento às normas legais, sobretudo sanitárias, muitos agricultores ocultam do recenseador a quantidade e os valores reais de venda do produto, o que pode incorrer em superestimação da parcela consumida. De modo geral, isso é mais frequente com produtos em que a legislação sanitária é mais rigorosa, como embutidos, derivados de leite e panificados, justamente aqueles que, entre os produtos selecionados, se encontram em maior proporção nas regiões Sul e Sudeste.

TABELA 22

**Brasil – Número de estabelecimentos rurais com processamento, valor total da produção proveniente de matéria-prima própria ou adquirida, valor total da produção e valor agregado, segundo tipo de produto (2006)**

Produtos	ESTAB	PVAL_PROD	AVAL_PROD	VAL_VEND	VAL_PROD	VAL_AGREG
Aguardente de cana	11.124	112.646.967	23.023.586	122.93.978	135.670.556	34.832.867
Doces e geleias	14.647	13.532.976	5.323.651	17.216.345	18.856.613	X
Farinha de mand.	264.882	941.980.767	113.057.135	758.785.248	1.055.037.764	182.030.128
Fubá de milho	7.438	5.704.780	3.003.365	4.551.971	8.708.134	1.987.648
Pães, bolos e bisc.	34.829	13.427.511	13.488.956	15.965.300	26.916.449	X
Queijo e requeijão	80.825	411.017.741	75.868.177	430.170.290	486.885.881	59.285.362
Rapadura	14.680	35.607.194	4.400.395	34.996.865	40.007.585	10.791.037
Embutidos	17.722	12.478.184	6.836.897	11.570.407	19.315.075	X
Goma ou tapioca	40.251	48.637.937	7.823.040	36.543.276	56.460.941	X

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Em segundo lugar, é importante destacar os números absolutos de valor produzido (VAL\_PROD), os quais revelam a farinha de mandioca como o principal produto entre os nove selecionados, representando cerca de R\$ 1 bilhão em valor total de produção para o conjunto dos estabelecimentos rurais. Em média, isso corresponde a quase R\$ 4 mil anuais por estabelecimento. Trata-se de um valor médio inferior àquele obtido pelos estabelecimentos de processamento de aguardente de cana (R\$ 12 mil) e queijo e requeijão (R\$ 6 mil), mas acima da média encontrada para produtos como rapadura (R\$ 2,7 mil), doces e geleias (R\$ 1,3 mil), fubá de milho (R\$ 1,2 mil), embutidos (R\$ 1,1 mil) e panificados (R\$ 772,00) (VAL\_PROD / ESTAB).

Outra informação essencial para a discussão que se empreende diz respeito ao valor da produção relacionada à procedência da matéria-prima, *própria* (PVAL\_PROD) ou *adquirida* (AVAL\_PROD). Conforme revela a tabela 22, em praticamente todas as categorias de produtos selecionados, o montante de valor obtido a partir do processamento de matéria-prima

própria supera aquele derivado de matéria-prima adquirida. Nos casos mais expressivos, o valor da produção proveniente de matéria-prima própria pode alcançar 8,3 vezes aquele obtido a partir de matéria-prima adquirida, vide os dados relativos à farinha de mandioca (PVAL\_PROD/AVAL\_PROD). Outros produtos, como rapadura e tapioca também revelam valores mais elevados de matéria-prima própria (8,1 e 6,2, respectivamente). No caso da produção de queijos e de aguardente de cana, essa proporção situa-se em 5,4 e 4,8. Os produtos em que o uso de matéria-prima adquirida é mais expressivo são os embutidos (1,8) e, sobretudo, os panificados (0,99).

De modo geral, essa informação ratifica o argumento de autores que sustentam o desenvolvimento da agroindústria rural, notadamente aquela de âmbito familiar, como uma estratégia de agregação de valor associada à internalização de recursos produtivos, possibilitando criar uma base endógena e autocontrolada de insumos e matérias-primas. Como demonstram Niederle e Wesz Junior (2009, p. 102) a partir de um estudo de caso na região de Missões-RS, “a agroindustrialização pode estar associada a processos de desmercantilização e internalização de recursos que visam ampliar a autonomia das unidades de produção”. A atividade emerge como uma estratégia de autonomização, em que, ao mesmo tempo em que buscam afastar-se dos mercados de insumos à montante (e dos riscos das oscilações de preço, qualidade e regularidade de oferta), os agricultores inserem-se ativamente na construção de novos circuitos de comércio à jusante, sobretudo, em mercados diretos que lhes permitem apropriar uma parcela mais expressiva do valor adicionado (Ploeg, 2008; Pelegrini e Gazolla, 2008).<sup>13</sup>

Quando analisada a fabricação destes nove alimentos, nota-se uma clara diferenciação com relação às matérias-primas (adquiridas ou produzidas no próprio estabelecimento rural) em relação ao tipo de estabelecimento rural: familiar x não familiar. De maneira geral, os dados apontam que, na agricultura familiar, a agregação de valor se realiza principalmente com as matérias-primas produzidas no próprio estabelecimento. Por exemplo, no caso da goma ou tapioca, a agricultura familiar produz 94,09% das matérias-primas que processa, comparativamente à não familiar. Isto acontece também para alimentos como a farinha de mandioca (94,03%) e panificados (89,94%). Em menores porcentagens aparecem os embutidos (78,09%), doces e geleias (77,66%), a rapadura (75,18%), o queijo e requeijão (67,89%) e o fubá de milho (64,02%).

Somente no caso da aguardente de cana, a agricultura familiar processa matérias-primas próprias em uma proporção inferior (43,39%) àquela adquirida nos mercados (56,61%).<sup>14</sup> Estes dados demonstram que a estratégia de agregação de valores aos produtos é desenvolvida pelos agricultores privilegiando processos de transformação em que são processadas as próprias matérias-primas existentes nas unidades, principalmente as familiares, realizando-se a agroindustrialização em toda a cadeia produtiva dos alimentos. Esta forma de proceder permite às famílias obter maiores valores agregados, devido ao controle de todas as etapas da cadeia produtiva, além de possuírem maior autonomia frente aos mercados, pois internalizam a produção agropecuária que serve de base ao desenvolvimento destas iniciativas.

13. Como se mostrou, a construção e manutenção de uma base de recursos autônoma é chave para a reprodução do *modo de produção camponês*, o qual é orientado para a criação de *valor agregado* e *emprego produtivo*. Como afirma Ploeg (2006), a “condição camponesa reflete a luta constante e infindável das formas familiares de produção por *autonomia*, a qual tem como objetivo a criação de uma base de recursos autocontrolada, integrada e de múltiplo uso, que confere ao agricultor sua condição de agente no desenvolvimento rural”.

14. Mesmo quando as matérias primas são adquiridas em partes nos mercados pelos agricultores familiares, estes são mercados locais, de comunidade e de parentes e vizinhos, onde os preços são negociados de forma distinta e em que as relações sociais estabelecidas (confiança, conhecimento prévio, proximidade social) flexibilizam os preços, as condições de contrato e os termos de troca. Nesse sentido, ver, por exemplo, Wilkinson (2008) e Pelegrini e Gazolla (2008).

Por sua vez, quando se analisam as matérias-primas adquiridas, nota-se que os dados possuem uma variação muito grande entre os produtos e os dois tipos de agriculturas, não sendo muito conclusivos. Em alguns casos, a agricultura familiar adquire mais matérias-primas de fora dos estabelecimentos rurais que a não familiar, como é o caso da farinha de mandioca, pães, bolos e biscoitos, queijo e requeijão e rapadura e goma e tapioca. A agricultura não familiar, por sua vez, adquire maiores percentuais de matérias-primas de fora dos estabelecimentos em produtos como a aguardente de cana, doces e geleias, fubá de milho e embutidos.

De todo modo, é importante ressaltar que, para todos os alimentos analisados, com exceção dos pães, bolos e biscoitos, as quantidades de matérias-primas adquiridas de fora das unidades são muito pequenas em relação aos percentuais que se produz internamente às propriedades rurais. No caso dos derivados de panificação, as quantidades de matéria-prima (trigo, em maior parte) são em torno de 50% produzidas e 50% compradas. Isto é compreensível, pois nesse caso há dificuldades das famílias produzirem o cereal (plantar, manejar, colher, selecionar os grãos etc.) e fazer depois toda a sua transformação. De forma geral, o que os dados demonstram caminha ao encontro daquilo que se afirmou anteriormente: a agroindustrialização pode vincular-se a uma estratégia deliberada dos agricultores de controlar o máximo possível os condicionantes da reprodução econômica das unidades de produção, com vistas, sobretudo, a aumentar o espaço de manobra frente aos mercados de insumos e fatores de produção.

#### 4.4 Agroindústria rural e agregação de valor

Agregação de valor é frequentemente considerado o principal mecanismo propulsor de desenvolvimento econômico associado às agroindústrias rurais. De fato, o próprio apelo qualificativo diferenciado que os muitos produtos da agroindústria rural carregam consigo, sobretudo aquela de base familiar (artesanidade, tradição, saber-fazer, origem, equidade social etc.), permite aos produtores obter um “preço prêmio” nos mercados. Trata-se da obtenção de uma “renda de qualidade diferenciada” derivada de particularidades sociais, ambientais e culturais que estão sendo crescentemente revalorizadas pelos consumidores (Touzard, 2010). Nessa perspectiva, essa remuneração mais elevada torna-se o principal responsável por garantir um diferencial de valor que cobre os custos de implantação do projeto agroindustrial e garante valor agregado aos estabelecimentos rurais.

Nada obstante, essa agregação de valor também pode ser verificada a partir de outra perspectiva, associada à reestruturação das cadeias produtivas e redução dos custos de transação. Discutindo o caso da produção de vinhos, Zylberstajn e Miele (2005) alegam que a agregação de valor não advém necessariamente da obtenção de um preço-prêmio, mas das mudanças na estrutura de governança setorial. Segundo os autores, as agroindústrias catalisam processos de integração vertical (vide acima os dados referentes ao uso da matéria-prima própria) que, por um lado, permitem ganhos de qualidade e agregação de valor ao produto final e, por outro, atuam como respostas minimizadoras dos custos de transação decorrentes de novos arranjos organizacionais.

Nesse enfoque, a agregação de valor passa a ser uma estratégia de desenvolvimento rural interessante quando os atores sociais possuem o controle sobre os principais elos da cadeia produtiva (produção das matérias-primas, fabricação dos alimentos, administração das unidades, comercialização direta etc.). Os dados demonstram que isso acontece principalmente na agricultura familiar, que é a responsável por 78,40% da agregação de valor em nível nacional. Deste modo, essa estratégia tem produzido resultados que permitem

às agroindústrias internalizar a produção e o processamento dos alimentos, reduzir a dependência do contexto institucional e possuir maior grau de autonomia em seus processos reprodutivos e frente aos mercados em que se inserem (Ploeg *et al.*, 2000; Ploeg, 2008).

Uma vez confirmada esta trajetória de integração vertical, pode-se ponderar, contudo, que a agroindústria rural reproduziria uma situação em que o valor adicionado é retido entre poucos atores da cadeia, excluindo um grande número de agricultores do fornecimento de matéria-prima. Ademais, o tamanho e o poder de barganha das agroindústrias afetariam diretamente a distribuição do valor agregado entre diferentes grupos (Schmidt, 2010). Essa é uma questão que necessita ser explorada a partir de estudos de caso fundados em experiências específicas.

Seja como for, cabe ainda ir além da dinâmica setorial e analisar os possíveis efeitos de geração de valor sobre os demais produtos do território. A agroindústria rural pode atuar como um elemento potencializador da “cesta de bens” do território (Pecqueur, 2000). Neste caso, em vez de um consumidor do produto, temos um “consumidor do território” capaz de criar uma associação mais forte com o repertório cultural que sustenta a identidade e a singularidade dos bens que consome. Disto decorre um vínculo recorrente entre a agroindustrialização e outras estratégias de qualificação da paisagem, dos costumes e da gastronomia local, impulsionando um processo de valorização destes elementos, inclusive no âmbito dos mercados. É o caso emblemático da conexão entre as agroindústrias e o turismo rural.

Por fim, cabe ressaltar que as conclusões retidas neste trabalho são gerais e apontam para algumas hipóteses interessantes para futuros estudos. Os dados do IBGE, assim como são aferidos e organizados, permitem evidenciar questões interessantes sobre a agregação de valor nas agroindústrias rurais. Contudo, como apontado na metodologia, estas informações somente permitem avançar para uma caracterização geral. No futuro, serão necessárias investigações específicas sobre o valor agregado destas iniciativas, focalizando a análise quantitativa por produto e que possibilite separar os custos de produção e de transação relativos às matérias-primas daqueles da transformação agroalimentar. Desta forma, seria possível avançar na compreensão das diferentes rendas geradas e dos reais valores agregados a estes alimentos. Isto poderá ser realizado em diferentes regiões, tipos de produtos, agriculturas (familiar e não familiar) etc., de forma a compor uma cartografia mais detalhada da agroindústria rural no Brasil.

## 5 AGROINDÚSTRIAS RURAIS FAMILIARES E NÃO FAMILIARES

Ao se falar de agroindústrias, pode-se incluir desde aquelas localizadas em propriedades de agricultores familiares ou não familiares, até as grandes agroindústrias que se encontram no espaço urbano ou rural e, muitas vezes, não possuem qualquer ligação com a população rural, apenas obtendo dos agricultores os produtos *in natura* para industrializá-los. Observando apenas aqueles empreendimentos localizados no espaço rural, atualmente nota-se que as agroindústrias familiares e não familiares têm se expandido e obtido crescente reconhecimento institucional e acadêmico.

Apesar de terem aumentado a escala de produção no período mais recente, Prezoto (2002) cita que o processamento e transformação de matérias-primas não se constituem em uma novidade para os agricultores familiares, uma vez que estes aprenderam estas técnicas de preparo de alimentos de seus antepassados. Segundo Guimarães e Silveira (2010),

em muitas regiões do Brasil, as técnicas de processamento de alimentos de origem vegetal e animal constituíram-se em uma maneira encontrada pelos imigrantes para conservar os alimentos em um período que ainda não havia entre os agricultores a atual tecnologia de refrigeração, que prolonga a vida útil dos alimentos, principalmente as carnes *in natura*.

Assim, técnicas utilizadas no preparo de alimentos agroindustrializados se constituem em parte da lógica de funcionamento da agricultura familiar. Inicialmente, estas técnicas eram direcionadas para a subsistência da família, produção para o autoconsumo e, posteriormente, foram assumindo em diferentes realidades rurais e de diferentes formas um caráter de geração de renda (Mior, 2008). Segundo Mior (2007), os agricultores que perceberam que os produtos agroindustrializados poderiam ser uma possibilidade de acrescentar recursos financeiros aos obtidos através das atividades agrícolas desempenhadas, aumentaram a quantidade de produtos processados e transformados com intuito de destiná-los para o mercado.

Estas iniciativas agroindustriais estão ligadas às transformações recentes do espaço rural, principalmente aquelas ligadas à modernização agrícola e à integração agroindustrial, que causaram diminuição dos ganhos e dependência de uma grande cadeia de produção de alimentos.<sup>15</sup> No oeste catarinense, por exemplo, Mior (2008) identificou que a introdução de agroindústrias convencionais da cadeia dos suínos, com interesse de integrar-se com agricultores familiares, levou à exclusão de muitos agricultores da atividade de produção agrícola. Muitos que se integraram não conseguiram acompanhar as exigências destas agroindústrias, e outros que optaram por continuar com a produção autônoma não tiveram condições de competir com a grande agroindústria convencional. Neste caso, apesar desta situação de exclusão, os agricultores alargaram seus horizontes e perceberam outras possibilidades de geração de renda, direcionando-se para a agregação de valor às matérias-primas que já eram produzidas na propriedade.

Outro fator que tem contribuído para o fortalecimento das agroindústrias no meio rural é a valorização do produto artesanal/colonial. Muitos consumidores obtêm produtos provenientes da localidade por saberem qual a procedência, conhecerem as pessoas que os elaboraram e apreciarem o seu sabor, que é originário de um saber fazer herdado de gerações anteriores que, conciliado com as características de cada região, incluem nos produtos um gosto específico. Guimarães e Silveira (2010) salientam que este sabor específico provém da arte que cada pessoa emprega no momento de processar e transformar o alimento, melhorando a receita herdada e o seu modo de fazer, incluindo em cada diferente produto um detalhe em diferencial e, deste modo, atribuindo-lhe características específicas. Muitos consumidores que conhecem a procedência dos produtos não estão fundamentalmente preocupados se este é produzido conforme as exigências legais de sanidade e inocuidade, pois eles conhecem os produtores e confiam que os alimentos manufaturados por eles são de qualidade. Em algumas das propriedades que começam a destinar agroindustrializados para este nicho ocorre a construção de agroindústrias com o intuito de legalizá-las, mas muitas delas continuam operando na informalidade (Wilkinson e Mior, 1999).

Além da percepção dos próprios agricultores sobre a possibilidade de geração de renda através da elaboração e venda de produtos agroindustrializados, no ambiente institucional, verifica-se a criação de alguns programas com o intuito de implantar as agroindústrias no espaço rural. Em nível nacional, tem destaque o Programa de Agroindustrialização da Agri-

15. Além de serem originárias desta transformação do rural, as agroindústrias surgem em um período que começa a ficar evidente que o rural não se constitui somente na produção agrícola, mas é um espaço diverso e de pluriatividade com qualidades ligadas a produção de alimentos mais saudáveis, de lazer e turismo, de natureza, entre outras características.



cultura Familiar com origem em 2003. Em níveis estaduais, pode-se citar o Programa da Agroindústria Familiar implantado no Rio Grande do Sul, de 1999 a 2002, e o Programa de Desenvolvimento da Agricultura Familiar pela Verticalização da Produção, com atuação de 1998 a 2001, em Santa Catarina (Wesz Junior, 2009).

As políticas públicas têm papel fundamental para o aprimoramento de experiências de processamento de alimentos no meio rural. Segundo Raupp (2009) e Guimarães e Silveira (2010), para que o auxílio proposto ocorra com sucesso, primeiramente, deve-se diagnosticar o estágio em que se encontram as experiências de agroindustrialização de matérias-primas e quais são as intenções que os agricultores têm, verificando, principalmente, qual é a noção da família de agricultores sobre a agroindústria e quais são os objetivos que têm com esta. As políticas que são traçadas e implementadas desta maneira, respeitando a percepção dos agricultores, têm maior possibilidade de construir inovações sem desorganizar o sistema de produção, a lógica interna de cada unidade de produção que regula as atividades conforme os recursos disponíveis.

Independentemente de qual seja a motivação ou estímulo para o aumento da produção proveniente da agroindústria, é necessário pensar em formas de comercialização. Segundo Mior (2008), a descoberta dos mercados ocorre fundamentada nos laços sociais que os membros da família ou das famílias que compõem a agroindústria têm. Isto por que estas agroindústrias apresentam uma rota de comercialização distinta da adotada pelas grandes agroindústrias processadoras de *commodities*; elas criam o mercado para seus produtos em nível local utilizando-se dos laços sociais, de amizade e de parentesco (Wesz Junior, 2009). Assim, os agricultores que estão envolvidos no processo de produção agroindustrial mobilizam atores sociais de sua localidade e municípios ao redor e usando esta aproximação social, que, em muitos casos, está fundamentada na confiança, criam oportunidades de comercializar. Através de táticas como estas, muitos dos alimentos produzidos nas propriedades rurais por meio de processos que envolvem a transformação da matéria-prima passam a ser vendidos no comércio local, em padarias, minimercados, bares e restaurantes, por exemplo. Outra forma de venda é em feiras ecológicas, em que os produtores saem de suas propriedades para se estabelecer momentaneamente em um local onde comercializam os alimentos agroindustrializados diretamente para os consumidores.

Pode-se imaginar que as formas como os produtos da agroindústria são comercializados, as diferentes causas que levam ao surgimento destas no meio rural e os distintos espaços onde estão introduzidas originam agroindústrias diferentes entre si. Guimarães e Silveira (2010), partindo do pressuposto de que existem variadas agroindústrias familiares no meio rural, buscam formar um marco teórico que oriente a compreensão destas diferentes situações sem pretensão de esgotar as possibilidades de modificação e/ou transição entre os distintos extratos de classificação das agroindústrias. Assim, propõem que, nas experiências de processamento de alimentos, no meio rural, existam pelo menos três tipos de agroindústrias: caseira, familiar artesanal e familiar de pequeno porte.

As agroindústrias caseiras se caracterizam por não terem espaço e equipamentos específicos para o processamento dos alimentos, assim, compreende-se que estes alimentos são beneficiados na própria cozinha do estabelecimento, e são produtos elaborados para o consumo da família com comercialização de algum excedente. Os produtos apresentam uma boa aceitação entre os consumidores. Os agricultores que detêm este tipo de agroindústrias não têm interesse em formalizá-las, pois isso exigiria uma reorganização no sistema produtivo da propriedade e traria maiores custos. Nas agroindústrias familiares artesanais há



uma preocupação com a sanidade dos alimentos, a ponto de os agricultores reelaborarem procedimentos do modo de fazer das receitas herdadas de seus antepassados com o intuito de atribuir um caráter mais padronizado ao produto, vindo ao encontro da legislação que normatiza os aspectos sanitários. Mesmo assim, o produto elaborado nestas agroindústrias contém um aspecto artesanal, pelo qual a família transforma os alimentos de maneira a atribuir-lhes um caráter específico, que só é encontrado nos produtos provenientes daquela família ou de uma região onde prolifera uma mesma cultura. Por último, as agroindústrias familiares de pequeno porte são legalizadas e diferem das demais por processar os alimentos com base em técnicas que não estão ou estiveram introduzidas no rol de receitas herdadas de antepassados, mas aprendem com técnicos uma maneira padrão de processamento. Deste modo, não apresentam a característica artesanal e se assemelham a agroindústrias convencionais, mas de pequeno porte (Guimarães e Silveira, 2010).

### 5.1 Agroindústrias familiares e não familiares: distinções e heterogeneidades

Analisando a heterogeneidade das agroindústrias, Wesz Junior (2009) traça o perfil de dois grupos. No primeiro, encontram-se as agroindústrias que aparecem nos estabelecimentos como atividade e renda complementar, operam na informalidade ou no máximo atendem às exigências da inspeção municipal, elaboram seus produtos conforme o conhecimento tradicional, usam um local de processamento de alimentos onde são realizadas outras atividades não relacionadas, e as vendas ocorrem no mercado local utilizando as relações sociais e estando próximos os consumidores dos produtores. No segundo grupo, encontram-se as agroindústrias que compõem a principal atividade e renda do estabelecimento, operam conforme a legislação em vigor ou pretendem se adequar a ela. O produto é padronizado, o local de processamento de alimentos é específico para a atividade de agroindustrialização e os produtos são comercializados principalmente fora da região, apesar de que são mantidos mercados regionais.

No caso da definição utilizada pelo IBGE, estão incluídas as formas de processamento e transformação de matérias-primas, desde aquelas que se originam na cozinha dos estabelecimentos rurais até as agroindústrias que tem seu espaço físico separado da residência da família e/ou das famílias responsáveis por ela. Deste modo, os estudos provenientes de pesquisas realizadas a partir dos dados censitários não encontram uma clareza sobre o tipo específico de agroindústria que existe no rural brasileiro. Nele estão incluídas agroindústrias familiares e não familiares, que poderiam não ser comparáveis devido ao seu caráter relacionado à escala, instalações, infraestrutura, gestão, origem da matéria-prima, saber fazer utilizado ou não, conhecimentos e forma de comercialização (Guimarães e Silveira, 2010).

Se, neste caso, não é possível ter uma dimensão mais acurada das características das agroindústrias, através de outra base de dados fornecida pelo IBGE, é possível obter dados correspondentes às agroindústrias localizadas em estabelecimentos familiares (AF) e às agroindústrias localizadas em estabelecimentos não familiares (ANF). Esta separação é um passo importante, pois estes dois tipos de agricultura apresentam distinções relacionadas à lógica de funcionamento (de maneira geral, a AF objetiva primeiramente atender as necessidades mais ligadas à subsistência, alcançado isso, busca-se pela obtenção de renda e na maioria das propriedades da ANF predomina o objetivo de obter renda), à diversidade da unidade de produção (na AF a produção de gêneros animais e vegetais é variada, na ANF priorizasse o monocultivo de *commodities* cultivados em grande extensão/quantidade para obter maiores ganhos de escala), à mão de obra

(na AF é principalmente da família, com contratação eventual de mão de obra do exterior do estabelecimento, na ANF predomina a mão de obra contratada) e à gestão da unidade de produção (na AF é feita pela família, na ANF pode ser feita pelo proprietário do estabelecimento rural ou por um administrador rural).

Observando as principais diferenças entre estes dois tipos de agricultura, é de se esperar que haja diferenças também entre as agroindústrias rurais que se localizam nestas distintas propriedades. Isto é o que iremos verificar mais adiante, na apresentação dos resultados que distingue as agroindústrias familiares das não familiares e que se encontra após a explicação dos procedimentos metodológicos adotados na elaboração deste trabalho.

O IBGE distingue agricultura familiar (AF) e não familiar (ANF) com base na Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, a qual define como agricultor familiar ou empreendedor familiar rural aqueles estabelecimentos que atendem aos seguintes itens: a área do estabelecimento ou empreendimento rural não pode exceder os quatro módulos fiscais; a mão de obra utilizada nas atividades econômicas desenvolvidas deve ser de origem predominantemente da própria família; a renda familiar é majoritariamente originada das atividades agrícolas realizadas na propriedade, e o estabelecimento ou empreendimento é dirigido pela família (IBGE, 2009). Os estabelecimentos<sup>16</sup> que não se enquadram em um ou mais destes itens automaticamente são classificados como não familiares.

Nestes estabelecimentos onde a agroindústria rural se faz presente, durante o censo agropecuário, foram coletadas informações sobre 32 distintos produtos agroindustriais. Considerando ser este um número elevado, neste artigo, foram selecionados somente oito deles. Para selecionar os produtos, considerou-se o nível de transformação da matéria-prima, foram selecionados os produtos onde ela foi alterada mais significativamente. A partir destes critérios de seleção, os produtos que estão em discussão neste artigo são: aguardente de cana, doces e geleias, embutidos, farinha de mandioca, fubá de milho, goma ou tapioca, queijo ou requeijão e rapadura.

As variáveis de análise surgiram das tabelas fornecidas pelo IBGE, em que estão separados os dados das agroindústrias da AF e da ANF. Nestas tabelas, para cada produto, existem variáveis como: condição do produtor em relação às terras, grupos da atividade econômica e destino da produção consumida ou estocada. Entre este conjunto de variáveis, foram elencadas algumas que demonstrassem com maior efetividade se há diferenças e quais são estas diferenças entre os estabelecimentos da AF e da ANF produtores dos alimentos agroindustrializados citados. Entre estas variáveis estão: número de estabelecimentos; produção total; origem da matéria-prima, se própria ou adquirida; proporção da produção total vendida; e destinos da produção vendida. Além delas, há a variável escala produtiva (média), que se dá através da divisão da produção total pelo número de produtores. Na seção dos resultados, para cada uma destas variáveis existem gráficos ou tabelas que demonstram as diferenças e similaridades entre as agroindústrias da AF e da ANF para os oito produtos citados no parágrafo anterior.

16. O estabelecimento é uma unidade de produção dedicada total ou parcialmente a atividades agropecuárias, florestais ou aquícolas, dirigido pelo produtor ou por um administrador. O estabelecimento é assim definido pelo IBGE sem considerar o seu tamanho, a sua localização, se é em área urbana ou rural, ou a sua forma jurídica e se tem como objetivo a produção para subsistência e/ou para venda. Além destes estabelecimentos, foram coletados os dados das "fazendas, hortos, postos zootécnicos, estações experimentais, hotéis fazenda, bem como as explorações agrícolas, florestais e/ou aquícolas de conventos, hospitais, asilos, orfanatos, escolas profissionais, patronatos, reformatórios, prisões ou locais para lazer, desde que tenham tido exploração agropecuária, florestal e/ou aquícola, ficando sujeitas ao levantamento apenas às atividades ligadas diretamente a estas explorações" (IBGE, 2007, p. 20). Neste trabalho, foram pesquisados somente os estabelecimentos que têm agroindústrias rurais.

## 5.2 O perfil produtivo das agroindústrias rurais familiares e não familiares

No último censo agropecuário, houve a coleta de dados em cada estabelecimento do Brasil sobre o processamento e transformação de produtos agrícolas e, portanto, sobre as agroindústrias rurais. No que se refere à agroindústria da agricultura familiar (AF) e da agricultura não familiar (ANF) para uma das variáveis de análise, número de estabelecimentos, foi identificado que a grande maioria dos estabelecimentos que transformaram produtos agrícolas era dos familiares. Somados, os estabelecimentos familiares produtores dos oito produtos analisados neste artigo compõem um total de 405.647 unidades produtivas, enquanto os não familiares são 45.922 (tabela 22).

TABELA 23  
Brasil – Número de estabelecimentos que agroindustrializam alimentos, por AF e ANF (2006)

Produtos agroindustriais	Agricultura familiar	Agricultura não familiar	Total
Fubá de milho	6.306	1.132	7.438
Farinha de mandioca	245.582	19.300	264.882
Goma e/ou tapioca	36.558	3.693	40.251
Queijo e/ou requeijão	66.064	14.761	80.825
Aguardente de cana	9.229	1.895	11.124
Rapadura	13.066	1.614	14.680
Doces e geleias	12.838	1.809	14.647
Embutidos	16.004	1.718	17.722
<b>Total</b>	<b>405.647</b>	<b>45.922</b>	<b>451.569</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).  
Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Assim, do total destes estabelecimentos, 89% são familiares e 11% são não familiares.

Se considerados todos os estabelecimentos do Brasil, verifica-se que existem aproximadamente 84% da AF e 16% da ANF (IBGE, 2009). Valores parecidos aos da distribuição da agroindústria rural entre as unidades transformadoras da AF e da ANF apontados anteriormente. Assim, constata-se que a disposição entre estabelecimentos da AF e da ANF que têm agroindústrias para estes produtos analisados mantém-se muito próxima a forma como está composta a estrutura agrária brasileira.

Considerando estas proporções, no gráfico 1, verifica-se que, por produto, os estabelecimentos da AF que agroindustrializaram no ano de 2006 compõem um leque que oscila para números superiores a 82%, indo deste patamar para o produto queijo e/ou requeijão até 93% para a farinha de mandioca. Acima de 90% também estão os produtos goma e/ou tapioca (91%) e embutidos (90%). Em números absolutos, destaca-se a quantidade de estabelecimentos da AF para os produtos farinha de mandioca (245.582), queijo e/ou requeijão (66.064) e goma e/ou tapioca (36.558). Neste caso, os produtos que detêm os maiores números absolutos também são os que detêm maior proporção de unidades transformadoras na AF.

Segundo Prezzoto (2002), a agroindustrialização faz parte da lógica da agricultura familiar, do preparo dos alimentos e, conseqüentemente, de sua história e cultura. Isto pode ajudar a entender por que existem mais destes estabelecimentos com esta atividade no Brasil.

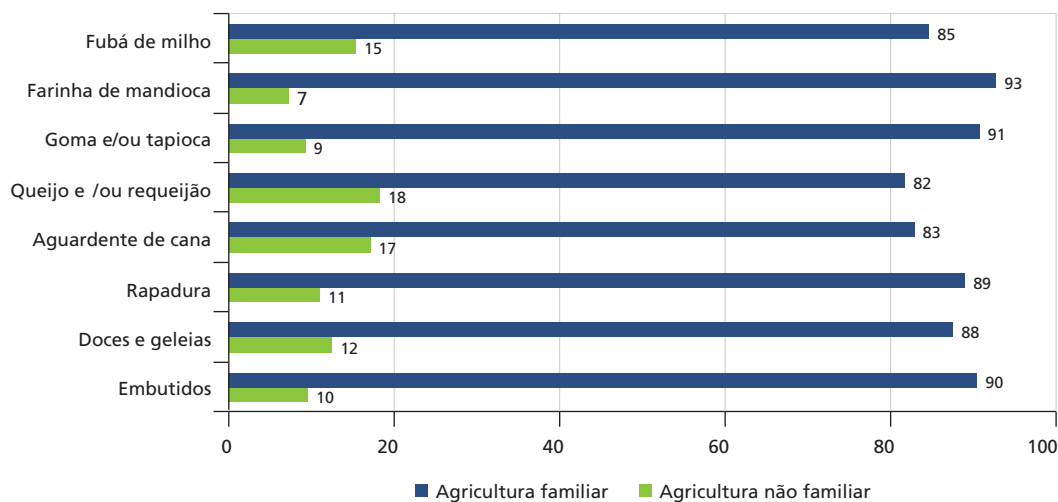
Considerando apenas a ANF, a maior porcentagem de estabelecimentos aparece nos produtos queijo e/ou requeijão, aguardente de cana e fubá de milho, com 18%, 17% e 15%, das unidades transformadoras do Brasil. Em números absolutos, observa-se uma quantidade maior de estabelecimentos no produto farinha de mandioca (19.300), queijo e requeijão (14.761) e goma e/ou tapioca (3.693). Para os demais produtos, o número de estabelecimentos é inferior a 1900.

A quantidade de estabelecimentos produtores da farinha de mandioca, do queijo e/ou requeijão e da goma e/ou tapioca, tanto na AF quanto na ANF, é a mais elevada. Segundo Dias e Leonel (2006), a farinha de mandioca é difundida em todo o Brasil, mas, especialmente, no Norte e Nordeste, e é consumida de diferentes formas (mingaus, farofas, pirão). É um alimento energético, rico em amido, fibras e alguns minerais e, por ser relativamente barato, entra no cardápio principalmente das populações que têm menor renda. A mandioca é beneficiada e transformada, porque é altamente perecível. Quando colhida, ela precisa ser imediatamente consumida ou desidratada através de preparos que geram derivados como a farinha de mandioca e a goma e/ou tapioca. O produto queijo e/ou requeijão é produzido em muitos estabelecimentos, porque existem muitos produtores de leite que selecionam uma parcela desta matéria-prima para o consumo próprio *in natura* ou para transformação. Este é um produto que também é consumido com frequência pelos brasileiros. Talvez estas sejam as razões que explicam por que estes alimentos são amplamente difundidos entre os estabelecimentos no Brasil.

GRÁFICO 1

**Brasil – Número de estabelecimentos que agroindustrializaram alimentos segundo tipo de estabelecimento (2006)**

(Em %)



Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

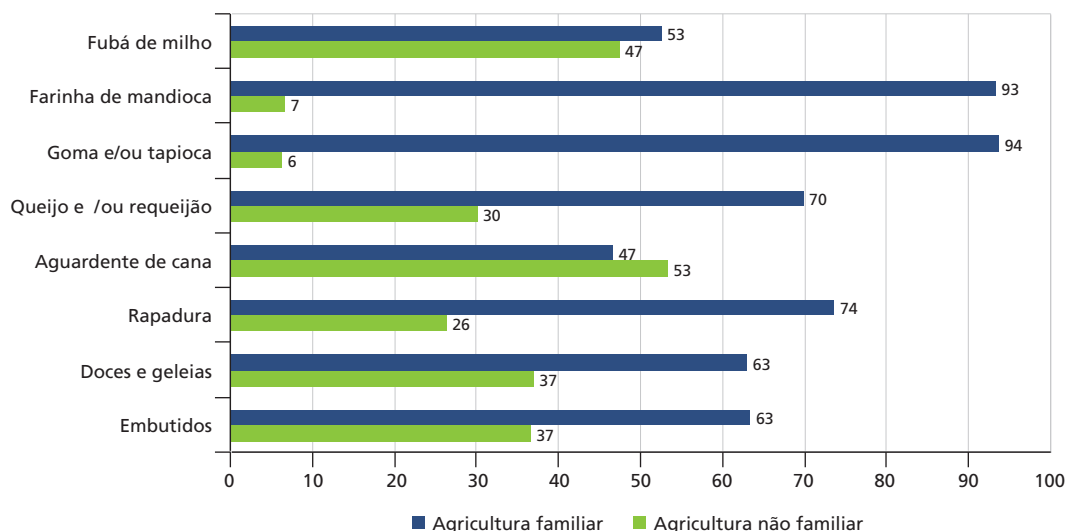
Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Na variável produção total, há um comportamento distinto do observado na variável anterior. Ocorre diminuição na predominância da participação da AF. Observa-se que a supremacia da agricultura familiar verificada em todos os produtos analisados não se mantém. Entretanto, isto ocorre porque os números da produção da AF são inferiores aos da ANF em apenas um produto: a aguardente de cana. Para os outros sete produtos, a AF produziu mais que a ANF.

GRÁFICO 2

## Brasil – Produção total da agroindústria rural segundo tipo de estabelecimento (2006)

(Em %)



Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Para os produtos aguardente de cana e fubá de milho, a AF produz 47% e 53%. Para os demais produtos, como é possível observar no gráfico 2, ocorre uma diferença maior entre os números da quantidade produzida pela AF. Verifica-se que 63% dos embutidos (1.875 t) e dos doces e geleias (4.010 t), 70% do queijo e/ou requeijão (77.849 t) e 74% da rapadura (24.954 t) são produzidos pela AF. Nestes estabelecimentos, para os produtos farinha de mandioca e goma e/ou tapioca, ocorre a produção de 93% e 94% da produção brasileira (1.243.867 t e 43.963 t).

No caso desses dois últimos produtos, também se verificam valores altos para a AF na variável anterior. Como estes alimentos são tradicionais para a agricultura familiar das regiões Norte e Nordeste, servem de alimento para a família, e excedentes podem ser comercializados. Por isso, aparecem valores expressivos para ambas as variáveis.

Para o produto aguardente de cana, a produção pela ANF em números percentuais é equivalente a 53%, o que corresponde em números absolutos a algo que se aproxima de 60.400 mil litros por ano. Este mesmo produto é um dos que detêm um dos maiores números percentuais de estabelecimentos da ANF (17%). Assim, na ANF este produto apresenta relação entre os totais das porcentagens de estabelecimentos e de quantidades produzidas, demonstrando que uma participação mais expressiva no número de estabelecimentos também determinou uma produção maior. Outro produto que se destaca por sua produção na ANF é o fubá de milho. São produzidos 47% ou 7.722 t. Assim como para a aguardente de cana, para este produto também existem valores percentuais mais altos (15%) de estabelecimentos da ANF que agroindustrializam produtos agrícolas no Brasil. Assim, é possível verificar que maiores proporções na produção total podem ser desencadeadas por números percentuais elevados de produtores da ANF.

Para esta variável, embora os números tenham demonstrado uma pequena superioridade da ANF no produto aguardente de cana, não há a comprovação de que a produção agroindustrial no espaço rural esteja perdendo o seu caráter de produção familiar, pois a diferença é de apenas algumas unidades decimais. Ela acontece nos estabelecimentos familiares de uma porcentagem que se aproxima a 50% para apenas dois produtos. Para os

demais ela supera os 63%, chegando a ser predominante na elaboração da farinha de mandioca e da goma e/ou tapioca. Estas proporções demonstram que a elaboração de produtos agroindustriais tem concentração em estabelecimentos familiares (tabela 24).

Outro aspecto da produção agroindustrial que os dados agregados do Censo Agropecuário permitem inferir é que, com exceção da farinha de mandioca e da goma e/ou tapioca, a AF tem números elevados de estabelecimentos e tem menor representação na produção total, revelando que os estabelecimentos familiares produtores de “agroindustrializados” se destacam por serem numerosos e por terem uma escala produtiva menor dos não familiares.

TABELA 24  
Brasil – Produção total da agroindústria rural, por AF e ANF

Produtos agroindustriais	Agricultura familiar	Agricultura não familiar	Total
Fubá de milho (t)	8.555	7.722	<b>16.277</b>
Farinha de mandioca (t)	1.243.867	89.007	<b>1.332.874</b>
Goma e/ou tapioca (t)	43.963	2.939	<b>46.902</b>
Queijo e/ou requeijão (t)	77.849	33.615	<b>111.464</b>
Aguardente de cana (mil litros)	52.808	60.400	<b>113.208</b>
Rapadura (t)	24.954	8.918	<b>33.872</b>
Doces e geleias (t)	4.010	2.347	<b>6.357</b>
Embutidos (t)	1.875	1.079	<b>2.954</b>

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).  
Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Conforme a escala produtiva, é possível inferir se os produtos são destinados para a venda ou se são retidos no interior na unidade, para o consumo, estocagem ou troca com vizinhos. Quanto maior a escala produtiva, maior será a porcentagem vendida, pois em estabelecimentos em que são produzidos em média mais de 30 mil litros de aguardente de cana por ano, provavelmente, se destina grande parte da produção para o exterior da unidade produtiva. Deste modo, acredita-se que, em cada uma das unidades agroindustriais rurais do Brasil, tanto para aquelas que operam na informalidade como para as formais, haja produção para um ou dois destinos. Ou ocorre predominantemente a produção para suprir a demanda por alimentação da família e/ou os produtos são destinados para venda.

Observando-se a tabela 25, verificam-se distintas escalas produtivas, que variam conforme a agricultura, familiar ou não familiar, e conforme o produto da agroindústria. Na AF, as agroindústrias têm uma escala produtiva média que oscila de 0,1 e 0,3 t por ano e por estabelecimento para os produtos embutidos e doces e geleias. Outros quatro produtos têm uma escala produtiva um pouco mais elevada, são produzidos 1,2 t dos produtos goma e/ou tapioca e queijo e/ou requeijão, 1,4 t do fubá de milho e 1,9 da rapadura. Para dois outros produtos, a escala produtiva média supera as cinco t por estabelecimento; estes são a farinha de mandioca com produção de 5,1 t e a aguardente de cana com produção de 5,7 mil litros.

Na ANF, as escalas têm uma amplitude maior, variando de 0,6 t para os embutidos e 0,8 t para a goma e/ou tapioca. Para os doces e geleias, são 1,3 t e para o queijo e/ou requeijão são 2,3 t. Valores relativos à escala superiores a estes são observados nos produtos farinha de mandioca (4,6 t), rapadura (5,5) e fubá de milho (6,8). Nesta agricultura, tem destaque o produto aguardente de cana, em que são produzidos em média 31,9 mil litros por ano por unidade produtiva.



TABELA 25  
**Brasil – Escalas produtivas médias das agroindústrias rurais familiares e não familiares (2006)**

Produtos agroindustriais	Agricultura familiar	Agricultura não familiar
Fubá de milho (t)	1,4	6,8
Farinha de mandioca (t)	5,1	4,6
Tapioca e/ou goma (t)	1,2	0,8
Queijo e/ou requeijão (t)	1,2	2,3
Aguardente de cana (mil litros)	5,7	31,9
Rapadura (t)	1,9	5,5
Doces e geleias (t)	0,3	1,3
Embutidos (t)	0,1	0,6

Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Observando a escala produtiva destes oito produtos, verifica-se que, em seis, ela é superior na ANF e, em dois, na AF (farinha de mandioca e goma e/ou tapioca). Note-se que estes produtos não ocupam tanto os estabelecimentos da ANF. Analisando estes valores percebe-se que, apesar de a AF produzir em maior quantidade por estabelecimento para os produtos derivados da mandioca, a capacidade produtiva destas agroindústrias está muito próxima a capacidade das agroindústrias da ANF. Assim, de maneira geral, verifica-se que há uma relação entre o tamanho do estabelecimento e a capacidade produtiva das agroindústrias, considerando que, para a maioria dos produtos, nos estabelecimentos da ANF, a capacidade produtiva agroindustrial é maior do que a capacidade dos estabelecimentos da AF. Isso tem a ver com a lógica diferente destas agriculturas, onde a AF está mais focada na diversificação, enquanto a ANF, na especialização. Neste caso, direcionando-se para uma única atividade na propriedade, que pode ser na agroindústria, ela pode trabalhar com maior escala.

Seguindo na análise das variáveis, os dados relativos aos gráficos 3 e 4, que tratam sobre a origem da matéria-prima, demonstram que, para todos os produtos, as agroindústrias não familiares compram mais matéria-prima. Isso corrobora um aspecto de que a AF tem a característica de produzir maior variedade de cultivos e criações e de produzir em menor escala do que a ANF. Com intuito de elaborar o seu próprio alimento, estas famílias produzem variados cultivos e criam animais para o abate, pois elas não têm como único objetivo a produção para o mercado, mas as atividades giram em torno de um conjunto de necessidades a serem atendidas, entre elas, a de garantir a sua alimentação. Assim, do total de produtos agrícolas produzidos, uma determinada porção é destinada para o consumo da família. Deste modo, para a variável origem da matéria-prima, é natural que apareça uma quantidade mais expressiva da produção agroindustrial proveniente de meios próprios.

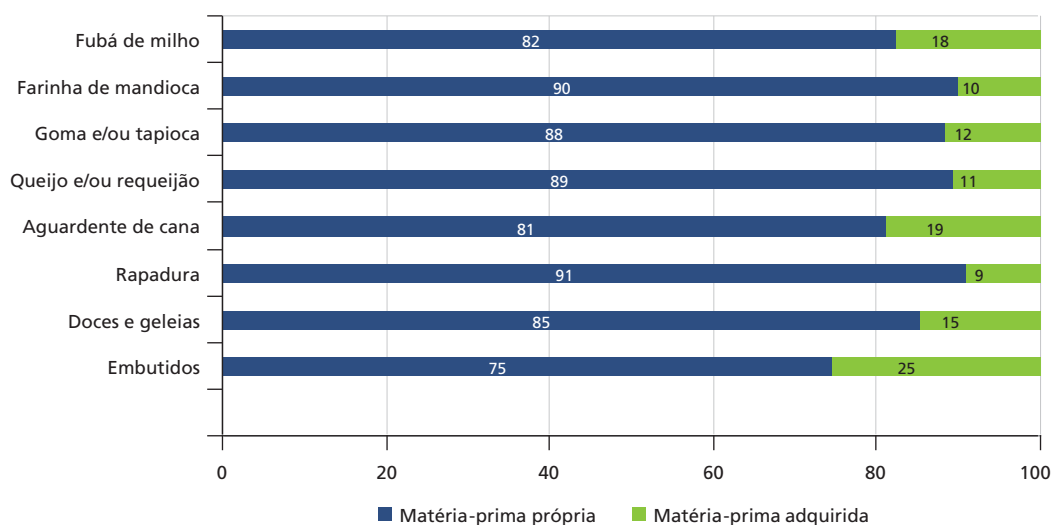
Prezzoto (2002) cita que, quando a produção agroindustrial consegue ser suprida com matérias-primas que provêm principalmente da propriedade ou das propriedades que gerenciam a agroindústria, ocorre agregação de valor ao produto agropecuário. Se fosse necessário obter muita matéria-prima do exterior do estabelecimento, poderia ocorrer falência, pois seria necessário haver, com frequência, receitas no caixa da agroindústria, o que nem sempre está disponível. Assim, segundo a lógica familiar destes estabelecimentos, só há razão para a agroindustrialização se houver agregação de valor a produção própria. Se



fossem compradas matérias-primas, haveria a incidência de custos de produção e transação, podendo inviabilizar a economicamente a agroindústria.

Conforme o gráfico 3, na AF, a produção agroindustrial com matéria-prima de origem própria é igual ou superior a 75%. Alcança valores equivalentes a 91% para a rapadura, 90% para a farinha de mandioca, 89% para o queijo e/ou requeijão e 88% para a goma e tapioca. Para os outros quatro produtos, observam-se valores percentuais menores, que não deixam de ser expressivos. Para o produto doces e geleias, observa-se que 85% da produção é de origem própria, para o fubá de milho, este valor é de 82%, para a aguardente de cana, de 81%, e para os embutidos, de 75%. Assim, na AF, os embutidos constituem-se no produto em que há maior utilização de matéria-prima externa.

GRÁFICO 3  
Brasil – Origem da matéria-prima da agroindústria rural nos estabelecimentos familiares (2006)  
(Em %)

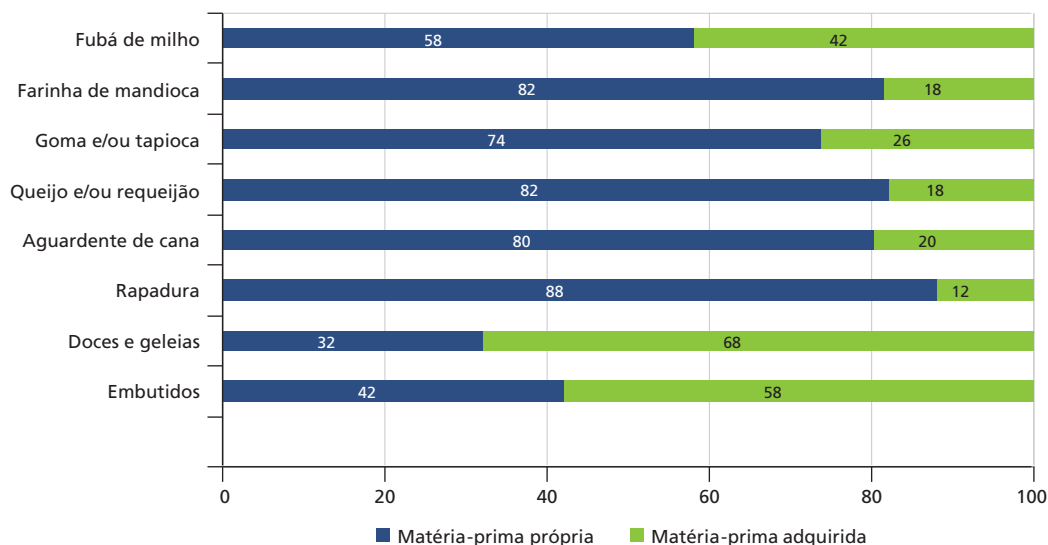


Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

No gráfico 4, para ANF, os produtos com menor participação percentual de matéria-prima própria foram: fubá de milho, embutidos e doces e geleias. São 58% para o fubá de milho, 42% para os embutidos e 32% para os doces e geleias. Nestes três últimos produtos estaria a maior diferença entre AF e ANF na variável origem da matéria prima. Na ANF, a produção de rapadura com fontes próprias é de 88%; para a farinha de mandioca e o queijo e/ou requeijão é de 82%; para a aguardente de cana de 80%; e para a goma e/ou tapioca, de 74%.

GRÁFICO 4  
**Brasil – Origem da matéria-prima da agroindústria rural nos estabelecimentos não familiares (2006)**  
 (Em %)



Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).  
 Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

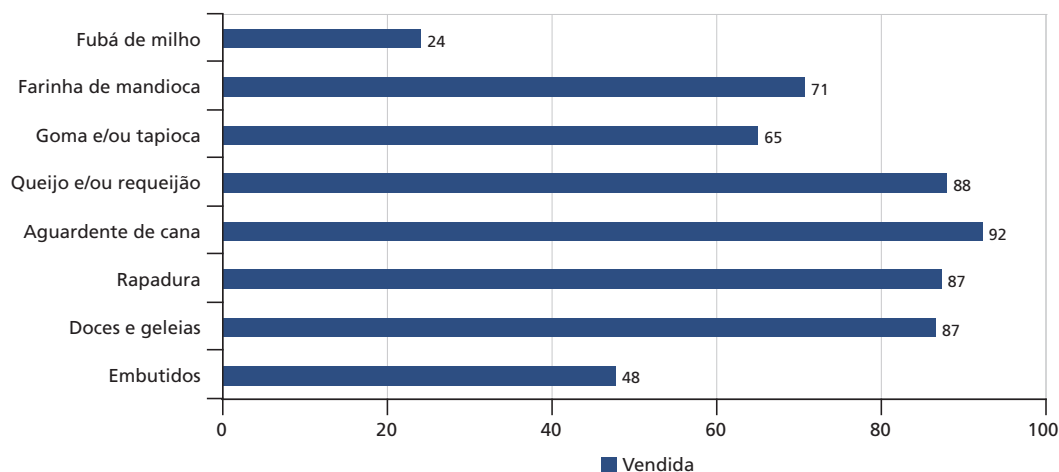
Ademais, observando esta discussão sobre a origem da matéria-prima, destaca-se a similaridade entre AF e ANF para o produto rapadura e aguardente de cana cuja quantidade de matéria-prima adquirida e proveniente do próprio estabelecimento se distanciam em 3% e 1%, respectivamente.

Seguindo na análise das variáveis, os gráficos 5 e 6 demonstram, em valores percentuais, a quantidade da produção que foi comercializada (quantidade vendida dividida pela quantidade total produzida) na AF e na ANF, respectivamente. Cabe ressaltar que na AF, estes dados revelam que a grande maioria dos produtos tem como destinação a venda, com exceção dos produtos fubá de milho e embutidos, que têm mais da metade da produção destinada a outros fins, sejam eles consumo nos estabelecimentos, troca com vizinhos ou estocagem. Para os outros seis produtos, a proporção de alimentos que foi vendida alcança valores superiores a 65%.

Conforme o gráfico 5, na ANF o produto fubá de milho também se destaca por ser o produto com menor comercialização (58%), seguido pela farinha de mandioca e pela goma e/ou tapioca que mostram valores relativos à comercialização maiores (72% e 79% respectivamente). Desponta a porcentagem da produção comercializada da rapadura (91%), do queijo e/ou requeijão (92%), da aguardente de cana (94%) e dos doces e geleias (97%). Vale destacar que os doces e geleias são quase completamente comercializados.

GRÁFICO 5

**Brasil – Proporção vendida da produção total da agroindústria rural nos estabelecimentos familiares (2006)**  
(Em %)



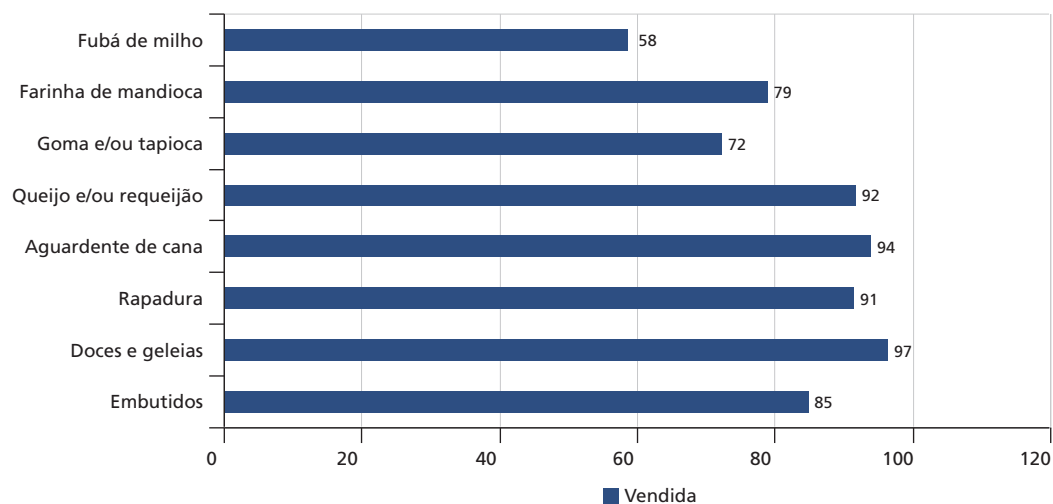
Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Os produtos queijo e/ou requeijão, aguardente de cana, rapadura e doces e geleias têm características parecidas na AF e na ANF. Destinando-se em maior proporção para comercialização do que o restante dos produtos analisados. São comercializados na agricultura familiar em números superiores a 87% e, na não familiar, a 91%.

GRÁFICO 6

**Brasil – Proporção vendida da produção total da agroindústria rural nos estabelecimentos não familiares (2006)**  
(Em %)



Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

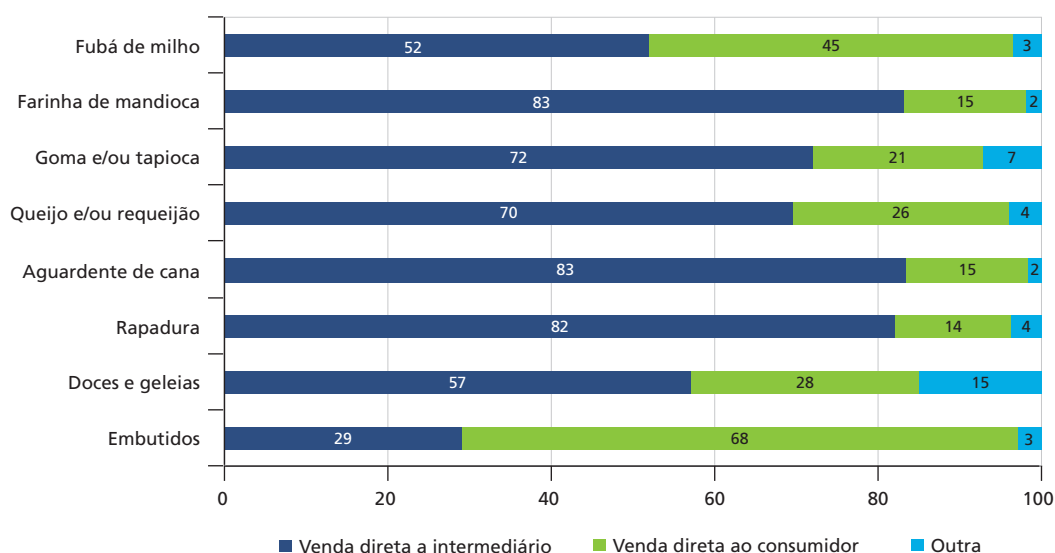
Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Comparando, de maneira geral, a porcentagem de venda dos produtos, percebe-se que a ANF vende mais do que a AF. Esta característica auxilia na comprovação de que os alimentos da agroindústria rural produzidos em estabelecimentos familiares são mais destinados ao consumo no interior da unidade produtiva e, portanto são para o autoconsumo da família como estudos já evidenciaram (Grisa, 2007). Outro fator que está relacionado com a comercialização é a escala produtiva, como visto, para a maioria dos produtos analisados, a ANF tem potencial de produzir em escala maior que a AF, e isso contribui para maiores proporções da produção serem vendidas. A diferença entre AF e ANF no que tange as diferentes formas de escoamento da produção comercializada, pode ser observada segundo as quantidades vendidas ou entregues a terceiros. Nos próximos gráficos, são analisados os canais de comercialização, que são principalmente venda a intermediário, direta ao consumidor e outra.<sup>17</sup> Conforme o gráfico 7, na AF os produtos que superam em mais de 60% a venda direta a intermediários são: rapadura (82%), aguardente de cana (83%), queijo e/ou requeijão (70%), goma e/ou tapioca (72%) e farinha de mandioca (83%). Apenas os embutidos têm como principal destino a venda direta ao consumidor (68%).

GRÁFICO 7

**Brasil – Destinos da produção total vendida nos estabelecimentos familiares (2006)**

(Em %)



Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

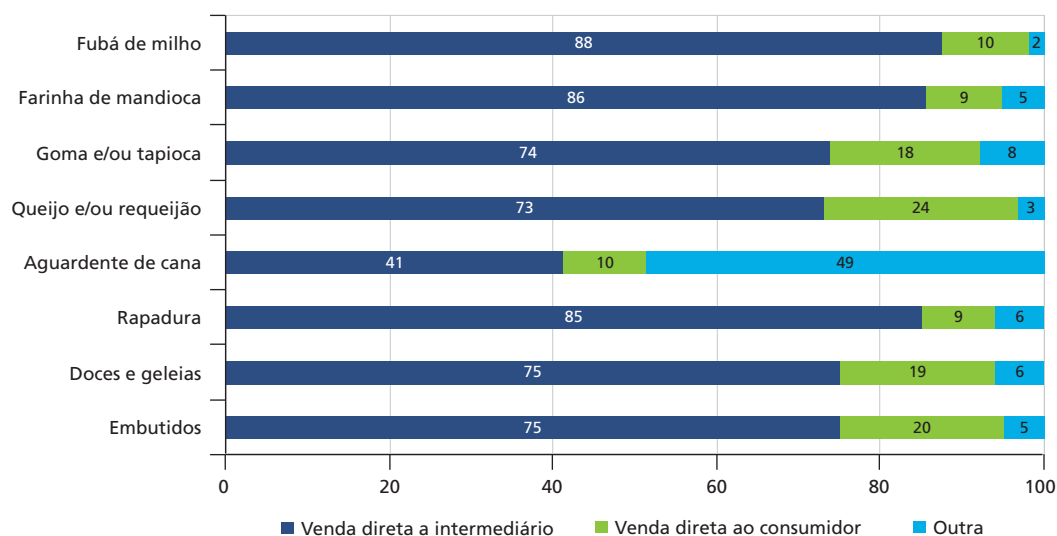
Observando os principais destinos dos produtos da agroindústria na ANF, verifica-se que, com exceção da aguardente de cana, há comercialização em mais de 73% para os intermediários. Menos de 25% da produção total é vendida ao consumidor final. Para a aguardente de cana, o principal canal de escoamento acontece através da categoria Outras e tem como principais destinos a venda para cooperativas, indústria e empresa integradora.

17. A categoria *outra* inclui os seguintes destinos somados: venda ou entregue a cooperativas, venda à indústria, entregue à empresa integradora, venda entregue ou doada ao governo federal ou estadual e exportada.

GRÁFICO 8

**Brasil – Destinos da produção total vendida nos estabelecimentos não familiares (2006)**

(Em %)



Fonte: Censo Agropecuário 2006 – tabulação especial realizada pelo IBGE (2010).

Elaboração: projeto entre o Ipea e Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul de 2010-2011.

Pode-se dizer que, com exceção da aguardente de cana, a ANF entrega mais de todos os produtos para os intermediários do que o faz a AF. O anterior pode ser explicado pelo fato de que a produção em pequena escala precisa de agregação de valor até chegar ao consumidor final para poder permitir a mínima estabilidade econômica e a permanência na atividade produtiva. Inserindo o intermediário na comercialização, os lucros diminuem, pois é mais um agente antes de chegar ao consumidor final. Vendendo diretamente ao consumidor, há possibilidade de agregar o valor que seria incorporado pelo intermediário.

Além disso, para vender a intermediários, por vezes, é exigida uma determinada escala de produção, regularidade na oferta e padronização da produção. Com escala de produção maior, as agroindústrias da ANF teriam condições de atender melhor a estas condições (Prezzoto, 2002). Para atender às exigências de regularidade na oferta, a ANF pode estar obtendo matéria-prima em momentos em que sua matéria-prima própria foi toda transformada. Já a agroindústria da AF, que geralmente transforma principalmente os alimentos que ela mesma produz, encontra mais dificuldade para manter uma oferta regular e padronizada, pois, de um ano para o outro, as safras variam em quantidade e qualidade, o que causa alterações no alimento agroindustrializado.

### 5.3 Agroindustrialização na agricultura familiar

Os dados analisados permitiram de maneira genérica vislumbrar algumas das diferenças entre as agroindústrias da AF e da ANF. Considerando que estavam agregados para o Brasil como um todo, não foi possível fazer uma análise para as grandes regiões do país ou em nível local. Todavia, permitiram constatar e quantificar o global da AF e ANF.

Conforme os resultados apontados neste texto, destaca-se que a atividade agroindustrial no Brasil caracteriza-se pela maior proporção de estabelecimentos da AF. Esta proporção se aproxima à totalidade de estabelecimentos da AF no Brasil, pois são em números percentuais parecidos. No caso da produção total, passam a existir com mais destaque os números da ANF, com superioridade desta em 6% para o produto aguardente de cana. Entretanto, para o

restante dos produtos, as principais quantidades produzidas são provenientes da AF. No geral, estes dados revelam que a atividade da agroindústria rural acontece em mais propriedades familiares que são numerosas e pequenas, mas que somadas às parcelas que cada uma produz para cada produto, obtém-se uma quantidade superior à produzida na ANF.

O aparecimento da ANF em maiores valores na produção total, considerando que aparece menos na variável relativa aos estabelecimentos, deve-se às escalas das agroindústrias que só não ultrapassam as da AF para dois produtos: a farinha de mandioca e a goma e/ou tapioca – dois alimentos que são consumidos em grandes quantidades pelas famílias de baixa renda e, entre estas, podem estar os agricultores que têm propriedades menores. Tirando estes produtos, a maior escala de produção pode estar relacionada com as diferentes lógicas que os estabelecimentos. A AF, tendo propriedades mais diversificadas pode ter a agroindústria como atividade complementar. Já a ANF, por ser, em sua maioria, mais especializada, pode ter a agroindústria como atividade principal e como única fonte de renda.

A variável relacionada com a matéria-prima revela informações importantes sobre as agroindústrias. A ANF, obtendo maiores proporções de matéria-prima, pode estar buscando manter regularidade de oferta ou pretendendo não deixar ociosas as agroindústrias que têm alta capacidade de processamento. Já a AF que obtém menor proporção de matéria-prima pode estar usando a sua lógica de não adquirir para poder agregar mais valor. Tendo a agroindústria como atividade complementar, não se interessa em produzir mais que propicia a matéria-prima produzida em seu estabelecimento, pois tem outras fontes de renda. Entretanto, nas agroindústrias da AF que são a principal atividade da propriedade podem ser adquiridas matérias-primas. Infelizmente não é possível visualizar nos dados agregados se realmente é isso que ocorre: agroindústrias com escalas maiores, entre as da AF, compram em maiores proporções as matérias-primas que as agroindústrias caseiras.

A proporção da produção total vendida entre os estabelecimentos da AF e da ANF mostra relação com a escala produtiva, pois os estabelecimentos que agroindustrializam para além da sua capacidade de consumo precisam escoar a sua produção (a menos que estoquem ou troquem com vizinhos). Por isso, a ANF vende mais porque cada agroindústria tem em média capacidade de produzir maiores quantidades. É assim para seis dos oito produtos. Entretanto, a AF também vende grandes proporções da sua produção, o que pode indicar que parte da produção total é proveniente de agroindústrias que são a principal atividade dos estabelecimentos.

Entre a produção vendida, revelam-se distintos canais de comercialização. Na AF, aparece principalmente a venda a intermediários e a consumidores. Algo similar ocorre na ANF, com a diferença de que os intermediários adquirem em maiores proporções que na AF. Na ANF, há uma exceção, pois a aguardente é vendida em grandes proporções à indústria e à cooperativa, o que não aparece tão expressivamente para os outros produtos e para a AF.

Para finalizar, pode-se dizer o seguinte: considerando que a agroindústria é uma atividade típica da AF, esta agrega mais valor ao produto vendendo em maior proporção diretamente ao consumidor final que a ANF e adquirindo menos matéria-prima. A ANF tem escala produtiva maior, proporções maiores destinadas ao mercado e maior quantidade vendida aos intermediários, já que, com escalas maiores, tem condições de suprir a demanda por regularidade na oferta. Estas são as principais distinções e similaridades identificadas entre as agroindústrias da AF e da ANF. Agriculturas que, no geral, podem ter diferentes lógicas que, de maneira sutil, alteram a maneira como as agroindústrias são gerenciadas.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relatório contempla os resultados de uma sequência de atividades de pesquisa realizadas por um grupo de professores e alunos, através de acordo de cooperação técnica entre o PGDR/UFRGS, o Ipea e o IBGE. Tal acordo foi firmado para viabilizar a realização de um amplo conjunto de estudos utilizando os dados do último censo agropecuário, dentro do qual se insere o presente relatório. Especificamente, aqui são relatados os principais achados do subprojeto “Perfil da Agroindústria Rural no Brasil: uma análise baseada nos dados do Censo Agropecuário de 2006”.

Devem-se levar em conta algumas limitações e dificuldades enfrentadas, que conduziram a definições metodológicas. Primeiramente, no que se refere à conceituação do termo agroindústria rural, não existe um conceito único e consensual; o termo é apresentado na literatura sob diversos prismas, levando em consideração características regionais, hábitos e culturas, formas de fazer, escalas de produção e infraestruturas utilizadas. No entanto, dado que a proposta neste projeto sempre foi a de valorizar e utilizar os dados do censo, a opção natural foi a da definição de agroindústria rural feita pelo próprio IBGE. Em segundo lugar, as tabulações apresentadas por produto da agroindústria rural também impõem limitações para a análise, podendo causar sobreposição e superestimação quando considerado o número de estabelecimentos que transformam e beneficiam produtos de origem animal ou vegetal. Tais tabulações condicionam as análises, em geral mantidas por produtos agroindustrializados. Contudo, para evitar a ampliação excessiva das tabulações, análises e apresentação dos resultados, o relatório não cobre todos os produtos considerados pelo IBGE como produtos da agroindústria rural. Foi adotada a escolha de nove produtos, considerados de maior relevância – seja pela maior representatividade regional, levando-se em conta o número de estabelecimentos ou a quantidade produzida, seja pelo maior grau de transformação realizado e maior agregação de valor aos produtos.

Mesmo com limitações e dificuldades, e mesmo sem a pretensão de esgotar o assunto, o relatório permite traçar um amplo perfil da agroindústria rural no Brasil, atingindo os objetivos propostos inicialmente. Tal caracterização é marcada pela grande heterogeneidade da agroindústria rural, evidenciada por significativas diferenças entre regiões, entre produtos, entre os mercados atingidos, entre os estabelecimentos familiares e não familiares. Certamente, esta heterogeneidade de situações mantém relações com as características de cada região e suas potencialidades, com os hábitos de produção e de consumo, com a disponibilidade de matérias-primas, com os meios de acesso aos mercados, entre outros fatores. Os principais achados que aparecem relatados nos capítulos reforçam os resultados já apontados em outros estudos, aqui referenciados, ajudando a compreender o papel das agroindústrias rurais nos processos de desenvolvimento rural.

Para finalizar, cabe também deixar algumas sugestões e propostas para novos estudos. Uma primeira sugestão, talvez a mais simples e óbvia, é a de expandir as análises para os demais produtos da agroindústria rural que não chegaram a ser caracterizados neste relatório. Dos 32 produtos apresentados no censo agropecuário, aqui se optou por avançar no estudo de apenas nove. A ampliação do escopo para alguns ou mesmo todos os demais vinte e três produtos da agroindústria rural pode ser de interesse para a ampliação do conhecimento sobre o tema. Outra proposta é a redução do nível de agregação regional. No primeiro capítulo deste relatório, analisou-se o perfil nas cinco grandes regiões do país, um nível de agregação ainda elevado, que não permite perceber as diversidades intrarregionais. A análise por estados, por mesorregiões ou por microrregiões pode possibilitar um maior detalhamento sobre a distribuição espacial e uma análise mais aprofundada em regiões específicas.



Outras sugestões podem ser feitas buscando estabelecer relações com um conjunto de variáveis disponíveis nas tabulações do censo agropecuário. Ainda que não se possa identificar se o acesso a crédito ou a assistência técnica foi direcionado para a atividade de agroindustrialização, dado que a informação disponível é do estabelecimento como um todo e não de cada atividade realizada, pode-se avançar na discussão sobre a relação entre o acesso a estes recursos e a presença ou não da atividade de agroindustrialização nos estabelecimentos rurais, a geração de excedentes para comercialização, e a potencial contribuição na geração de renda. Da mesma forma, estudos sobre formas associativas ou cooperativas de atuação, operando em maior escala, bem como sobre o uso de mercados institucionais, assumem grande relevância. Tais análises podem ter implicações importantes na avaliação, proposição e implementação de políticas públicas para o fomento da atividade, para a agregação de valor aos produtos agropecuários, para a melhor inserção nos mercados e atendimento das novas demandas.

Ao fim, pode-se considerar a importância da disponibilidade dos dados censitários para traçar o perfil e reconhecer a grande diversidade de situações, possibilitando conhecer melhor as distintas realidades vivenciadas, conhecimento que pode ajudar a pensar em possibilidade de ação pública ou privada.

#### REFERÊNCIAS

- AGNE, C. L. **Agroindústrias rurais familiares e a rede de relações sociais nos mercados de proximidade na Região do Corede Jacuí, Centro/RS**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.
- BASTIAN, L. *et al.* Perfil produtivo da agroindústria rural nas regiões brasileiras: uma análise a partir dos dados do Censo Agropecuário de 2006. *In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL*, 49., 2011, Belo Horizonte. **Anais...** Brasília: Sober, 2011.
- BONANO, A. A globalização de economia e da sociedade: fordismo e pós fordismo no sistema agroalimentar. *In: CAVALCANTI, J. S. B. (Org.). Globalização, trabalho e meio ambiente: mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação*. Recife: Editora da UFPE, 1999. p. 47-94.
- CARNEIRO, R. D.; MATIJASCIC, M. (Org.). **Desafios do desenvolvimento brasileiro**. São Paulo: CECON, 2009.
- CARVALHEIRO, E. M.; WAQUIL, P. D. A participação da agroindústria familiar rural de Palotina (PR) na construção social de mercados. *In: CONGRESSO DA SOBER*, 47., 2009. **Anais...** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- CARVALHO, J. L. H. **Agricultura cidadã: a agricultura do Distrito Federal (1995-1998)**. Brasília: Secretaria de Agricultura, 1998.
- DIAS, L. T.; LEONEL, M. Caracterização físico-química de farinhas de mandioca de diferentes localidades do Brasil. **Ciência e agrotecnologia**, Lavras, v. 30, n. 4, p. 692-700, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cagro/v30n4/v30n4a15.pdf>>.
- FROEHLICH, J. M. **Rural e natureza: a construção social do rural contemporâneo na região central do Rio Grande do Sul**. 2002. Tese (Doutorado) – Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

GAZOLLA, M. **Agricultura familiar, segurança alimentar e políticas públicas**: uma análise a partir da produção para autoconsumo no território do Alto Uruguai/RS. Dissertação (Mestrado) – Desenvolvimento Rural, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

\_\_\_\_\_. Instituições e economia dos custos de transação: aplicação de alguns elementos para a análise dos pequenos empreendimentos agroindustriais. **Revista redes**, v. 14, n. 3, p. 161-185, 2009.

GAZOLLA, M.; PELEGRINI, G. Novos mercados da agricultura familiar: o caso das pequenas unidades produtoras de alimentos. *In*: SCHNEIDER, S. GAZOLLA, M. **Os atores do desenvolvimento rural**: perspectivas teóricas e práticas sociais. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011. p. 133-150.

\_\_\_\_\_. Novos mercados da agricultura familiar: o caso das pequenas unidades agroindustriais produtoras de alimentos. *In*: SCHNEIDER, S.; GOODMAN, D.; WATTS, M. Reconfiguring the rural or fording the divide? Capitalist restructuring and the global agro-food system. **The journal of peasant studies**, London, v. 22, n. 1, p. 1-49, Oct. 1994.

GRISA, C. **A produção “pro gasto”**: um estudo comparativo do autoconsumo no Rio Grande do Sul. Dissertação (Mestrado) – Desenvolvimento Rural, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

\_\_\_\_\_. Para além da alimentação: papéis e significados da produção para autoconsumo na agricultura familiar. **Revista extensão rural**, Santa Maria, p. 5-36, 2007.

GUIMARÃES, G. M. **A legislação industrial e sanitária dos produtos de origem animal**: o caso das agroindústrias de pequeno porte. Dissertação (Mestrado) – Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2001.

GUIMARÃES, G. M.; SILVEIRA, P. R. C. Por trás da falsa homogeneidade do termo agroindústria familiar rural: indefinição conceitual e incoerências das políticas públicas. *In*: ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 6., 2007. **Anais...** Fortaleza: SBSB, 2007.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo agropecuário de 2006**. Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA). 2007. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso: fev. 2011.

\_\_\_\_\_. **Manual do recenseador**: censo agropecuário 2006. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

JORNAL FOLHA DE S. PAULO. **De cada 10 litros de leite, 3 não são inspecionados**. 7 fev. 2011.

KRONE, E. E.; MENASCHE, R. Identidade e cultura nos campos de cima da Serra (RS): práticas, saberes e modos de vida de pecuaristas familiares produtores do Queijo Serrano. **Ateliê geográfico**, v. 4, p. 61-85, 2010.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, v. 25, n. 1, p. 299-322, 2004.

MARSDEN, T. *et al.* **Constructing the countryside**. São Francisco; Oxford: Westview Press, 1992.

MARSDEN, T.; SONNINO, R. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. **Journal of economic geography**, v. 6, p. 181-199, 2006.

MARSDEN, T.; ARCE, A. Constructing quality: emerging food networks in the rural transition. **Environment and planning A**, v. 27, p. 1.261-1.279, 1995.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural**. Chapecó: Argos, 2005.

\_\_\_\_\_. **Agricultura familiar, agroindústria e desenvolvimento territorial**. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL. Florianópolis, 22-25 ago. 2007.

\_\_\_\_\_. Trajetórias das agroindústrias familiares rurais no estado de Santa Catarina (Brasil). In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE LA RED SIAL, 4., 2008. **Anais...** Mar Del Plata: Rede SIAL, 2008,

MOTTER, A. A.; LACAY, M. C. Desarrollo sustentado de los municipios: el caso de la agroindustria alimenticia como alternativa de renta de los agricultores familiares. In: OFICINA OCUPAÇÕES RURAIS NÃO AGRÍCOLAS, 2000. **Anais...** Londrina: IAPAR, 2000.

NEGRI, F.; ALVARENGA, G. V. A primarização da pauta de exportações no Brasil: ainda um dilema. **Radar**, Brasília, n. 13, p. 7-15, 2011.

NIEDERLE, P.; WESZ, V. J. A agroindústria familiar na região Missões: construção de autonomia e diversificação dos meios de vida. **Revista redes**, v. 14, n. 3, p. 75-102, 2009.

NIEDERLE, P. A. *et al.* Os mercados e canais de comercialização para os produtos da agroindústria rural no Brasil: um comparativo macrorregional. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 49., 2011, Belo Horizonte. **Anais...** Brasília: SOBER, 2011.

OLIVEIRA, J. A. V. *et al.* **Avaliação do potencial da indústria rural de pequeno porte (IRPP) em Santa Catarina**. Florianópolis: Cepagro, 1999.

OLIVEIRA, J. A. V. *et al.* **Diagnóstico e potencial das agroindústrias familiares do estado do Rio Grande do Sul**. Florianópolis, 2002. (Relatório de Estudo Especial).

PECQUEUR, B. Qualité et développement: l'hypothèse du panier de biens. In: SYMPOSIUM SUR LE DEVELOPPEMENT REGIONAL, 2000. **Anais...** Montpellier: INRA, 2000.

PELEGRINI, G.; GAZOLLA, M. **A agroindústria familiar no Rio Grande do Sul: limites e potencialidades a sua reprodução social**. Frederico Westphalen: URI, 2008.

PERONDI, M. A. **Diversificação dos meios de vida e mercantilização da agricultura familiar**. Tese (Doutorado) – Desenvolvimento Rural, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

PLOEG, J. D. *et al.* Rural Development: from practices and policies towards theory. **Sociologia ruralis**, v. 40, n. 4, p. 391-407, 2000.

PLOEG, J. D. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

\_\_\_\_\_. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (Org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.

PRATT, J. Food values: the local and the authentic. **Critique of anthropology**, v. 27, p. 285-300, 2007.

PREZOTTO, L. L. A agroindustrialização de pequeno porte: higiene, qualidade e aspectos legais. **Agropecuária catarinense**, v. 10, n. 4, p. 8-13, 1997.

\_\_\_\_\_. Qualidade ampla: referência para a pequena agroindústria rural inserida numa proposta de desenvolvimento regional descentralizado. In: LIMA, D. M. A.; WILKINSON, J. (Orgs.). **Inovações nas tradições da agricultura familiar**. Brasília: CNPq, 2002a. p. 285.

\_\_\_\_\_. Uma concepção de agroindústria rural de pequeno porte. **Revista de ciências humanas**, n. 31, p. 133-154, 2002b.

\_\_\_\_\_. **Qualidade ampla**: referência para a pequena agroindústria rural inserida numa proposta de desenvolvimento regional descentralizado. 2008. Disponível em: < [http://www.mda.gov.br/dotlrn/clubs/redestematicasdeater/agroindustria/contents/bug?bug\\_number=27](http://www.mda.gov.br/dotlrn/clubs/redestematicasdeater/agroindustria/contents/bug?bug_number=27)>. Acesso em: 12 set. 2011.

RAUPP, A. K. **Políticas públicas e agroindústrias de pequeno porte da agricultura familiar**: considerações de experiências do Rio Grande do Sul. Dissertação (Mestrado) – Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

\_\_\_\_\_. A orientação das políticas públicas de apoio às agroindústrias da agricultura familiar: experiências do RS em destaque. *In*: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009. **Anais...** Porto Alegre: SOBER, 2009.

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food Networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environment and planning**, v. 35, p. 393-411, 2003.

SCHMIDT, C. M. **Criação e apropriação de valor no sistema agroindustrial do vinho do Vale dos Vinhedos**. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

SCHNEIDER, S.; NIEDERLE, P. A. Resistance strategies and diversification of rural livelihoods: the construction of autonomy among Brazilian family farmers. **Journal of peasant studies**, v. 37, p. 379-405, 2010.

SCHNEIDER, S.; TRICHES, R. M. Reconstruindo o elo perdido: a reconexão da produção e do consumo de alimentos através do Programa de Alimentação Escolar no município de Dois Irmãos (RS). **Segurança alimentar e nutricional**, v. 27, p. 1-15, 2010.

SICSÚ, J. **Planejamento estratégico do desenvolvimento e as políticas macroeconômicas**. Brasília: Ipea, 2008. (Texto para Discussão, n. 1. 346).

SILVEIRA, P. R. C.; GUIMARÃES, G. M.; BALEM, T. A. A agroindústria familiar de pequeno porte como estratégia de desenvolvimento rural em regiões periféricas: o caso do projeto CooEsperança. *In*: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E AGROINDÚSTRIA, 2000. **Anais...** Lajeado: Univates, 2000.

SULZBACHER, A.W.; DAVID, C. Agroindústria familiar rural: uma estratégia para melhorar a qualidade de vida no espaço rural. **Geosul**, v. 24, p. 69-90, 2009.

TOUZARD, J. M. **Construction institutionnelle des indications géographiques et des signes de qualité**. Projeto CAPES-COFECUB, 2010. (Relatório de Pesquisa, n. 649-09).

VIEIRA, L. F. **Agricultura e agroindústria familiar**. Disponível em: <<http://www.cria.org.br>>. Acesso em: 10 fev. 2001.

VITROLLES, D. **Comment concilier préservation d'un patrimoine culturel et gastronomique et normalisation d'une production traditionnelle?** L'exemple du fromage Serrano au Sud du Brésil. *In*: COLLOQUE INTERNATIONAL LOCALISER LES PRODUITS. Paris, 2009.

WESZ JUNIOR, V. J. **As políticas públicas de agroindustrialização na agricultura familiar**: análise e avaliação da experiência brasileira. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

WILKINSON, J. Economic and Agrofood studies in Brazil: combining social networks, convention and social movement approaches. **Economic sociology**, v. 11, n. 2, p. 3-9, 2010.

\_\_\_\_\_. **Mercados, redes e valores:** o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008. (Série Estudos Rurais). 213 p.

WILKINSON, J.; MIOR, L. C. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. **Estudos sociedade e agricultura**, n. 13, p. 29-45, 1999.

ZYLBERSZTAJN, D.; MIELE, M. Stability of contracts in the brazilian wine industry. **Revista de economia e sociologia rural**, v. 43, n. 2, p. 353-371, 2005.



## **Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**

### **EDITORIAL**

#### **Coordenação**

Cláudio Passos de Oliveira

#### **Supervisão**

Everson da Silva Moura

Reginaldo da Silva Domingos

#### **Revisão**

Andressa Vieira Bueno

Clícia Silveira Rodrigues

Idalina Barbara de Castro

Laeticia Jensen Eble

Leonardo Moreira de Souza

Luciana Dias

Marco Aurélio Dias Pires

Olavo Mesquita de Carvalho

Celma Tavares de Oliveira (estagiária)

Patrícia Firmina de Oliveira Figueiredo (estagiária)

#### **Editoração**

Aline Rodrigues Lima

Bernar José Vieira

Daniella Silva Nogueira

Danilo Leite de Macedo Tavares

Jeovah Herculano Szervinsk Junior

Leonardo Hideki Higa

Daniel Alves de Sousa Júnior (estagiário)

Diego André Souza Santos (estagiário)

#### **Capa**

Andrey Tomimatsu

#### **Livraria**

SBS – Quadra 1 – Bloco J – Ed. BNDES, Térreo

70076-900 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3315 5336

Correio eletrônico: [livraria@ipea.gov.br](mailto:livraria@ipea.gov.br)





---

Composto em Adobe Garamond Pro 11,5/13,8 (texto)  
Frutiger 67 Bold Condensed (títulos, gráficos e tabelas)  
Impresso em Offset 90g/m<sup>2</sup>  
Cartão Supremo 250g/m<sup>2</sup> (capa)  
Brasília-DF

---



## Missão do Ipea

Produzir, articular e disseminar conhecimento para aperfeiçoar as políticas públicas e contribuir para o planejamento do desenvolvimento brasileiro.

**ipea** Instituto de Pesquisa  
Econômica Aplicada

**SAE**

SECRETARIA DE  
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS  
DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

G O V E R N O F E D E R A L  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA