

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

RESUMO O objetivo geral deste estudo foi analisar os canais de distribuição e os custos de transação da cadeia produtiva da mandioca no Município de Jussara-GO. De antemão, sabe-se que o cultivo da mandioca possui grande importância para agricultura familiar, principalmente na área geográfica estudada. Os dados primários coletados em vinte e duas glebas mostraram que a boa parte da renda das propriedades advém do cultivo e da distribuição com as indústrias “farinheiras” da região. Destarte, foi de suma importância elucidar os mecanismos, tanto de distribuição, quanto os custos de transação envolvidos no processo de comercialização entre produtores e as indústrias processadoras. Os atributos de frequência, incerteza e especificidade de ativos estão fortemente presentes e implicam em gargalos no processo de produção, pois 90% das transações são realizadas a mercado, sem nenhum tipo de acerto formal entre as partes envolvidas. Diante disto, a construção de reputação junto aos compradores e/ou fornecedores torna-se fundamental como instrumento de redução de custos de transação.

PALAVRAS-CHAVE: Economia dos Custos de Transação. Comercialização de Mandioca. Mercado de Mandioca.

Recebido em 19 / agosto / 2013

Aprovado em 22 / março / 2014

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editor Científico: Simone Pereira Silva Bastos

Revista de Administração da UEG – ISSN 2236 1197

Osmar de Paula Oliveira Júnior, graduado em administração pela Faculdade de Ciência e Educação de Rubiataba (FACER), doutorando em administração pela Universidade de Brasília (UnB), professor de administração no Instituto Federal Goiano (IFGO), e-mail:marcos.moraes@ifgoiano.edu.br

Alcido Elenor Wander, graduado em Agronomia pela Universidade de Kassel (Alemanha, 1996), mestrado em Ciências Agrárias dos Trópicos e Subtrópicos pela Georg August Universität Göttingen (Alemanha, 1998) e doutorado em Ciências Agrárias (Concentração: Economia Agrícola) pela Georg August Universität Göttingen (Alemanha, 2002), pesquisador da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), professor permanente dos Programas de Pós-Graduação em Agronegócio (Universidade Federal de Goiás - UFG) e em Desenvolvimento Regional (Faculdades Alves Faria - ALFA) e professor colaborador do Programa de Pós-Graduação em Administração (Faculdades Alves Faria - ALFA), chefe Adjunto de Transferência de Tecnologia da Embrapa Arroz e Feijão, e-mail: alcido.wander@embrapa.br.

Cleyzer Adrian da Cunha, graduado em Economia pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (2000), mestrado em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa (2002) e Doutorado em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa (2005), professor adjunto IV de Teoria Econômica e Ex-Coordenador do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Goiás (2009/2011), professor e vice-coordenador do Mestrado em Agronegócio da Escola de Agronomia da Universidade Federal de Goiás (UFG), e-mail: cleyzer@face.ufg.br.

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

ABSTRACT The aim of this study was to analyze the channels distribution and the transaction costs of cassava in the municipality of Jussara-GO. Beforehand, it is known that the cultivation of cassava has great importance to family farming, especially in the geographic area studied. The primary data collected in twenty-two farms showed that most of their income comes from cassava production and marketing to local processing industries. Thus, it was of paramount importance to elucidate the mechanisms, both of distribution, as the transaction costs involved in marketing between producers and processing industries. The attributes of frequency, uncertainty and asset specificity are strongly present and imply bottlenecks in the production process, because 90% of the market transactions are performed without any kind of formal arrangement between the parties involved. Given this, building reputation with buyers and / or suppliers becomes critical as a strategy of reducing transaction costs.

KEY WORDS: Transaction Cost Economics. Cassava Marketing. Cassava Market.

1 INTRODUÇÃO

O cultivo da mandioca, macaxeira ou aipim, apresenta significativa importância para a agricultura familiar brasileira. Nesta categoria, a cultura da mandioca está presente em praticamente 100% das propriedades rurais brasileiras, constituindo importante e conhecida fonte de obtenção de carboidratos, em especial para as famílias de baixa renda. Destarte, a sua produção aparece como uma “cultura de quintal”, sendo explorada, exclusivamente, para o consumo doméstico. Entretanto, como atividade comercial, o seu cultivo é amplamente difundido em todas as regiões do Brasil, além de diversos países da África (maior produtora mundial) e do Sudeste Asiático (FAO, 2013).

Segundo o Relatório Completo do estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula) realizado pela ESPM/SEBRAE (2008), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) considera que cerca de 7 mil acessos de mandioca estão disponíveis para melhoramento genético, concentradas nos principais bancos de germoplasma do País: no Centro Nacional de Pesquisa de Mandioca e Fruticultura (CNPMPF), no Centro Nacional de Recursos Genéticos e Biotecnologia (CENARGEN), ambos da Embrapa, na Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri), no Instituto Agrônomo de Campinas (IAC) e na Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ – USP), em Piracicaba. Segundo Perez (2007), a disseminação da cultura de quintal teve papel essencial para o surgimento de tão ampla diversidade genética (ESPM/SEBRAE, 2008).

Apesar de a lavoura ser predominante na agricultura familiar, ainda, há enorme dificuldade de obtenção de dados estatísticos de cultivo, de produção e beneficiamento da

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

mandioca. Isto se deve a informalidade e assimetria de informação que se faz presente nos elos da cadeia produtiva. Portanto, os dados estatísticos oficiais respondem apenas pela parcela de produtores que utilizam os mecanismos legalizados de distribuição (FRANÇA *et al.* 2009).

Por conseguinte, na cadeia produtiva da mandioca, a informalidade, os custos de transação e a assimetria de informação são altos devido à cultura agrícola estar frequentemente associada a técnicas rudimentares de produção e à agricultura de subsistência.

Em razão do exposto, o presente trabalho analisou os canais de distribuição e mapeou as transações da cadeia produtiva da mandioca no município de Jussara-GO. Para tanto, foram realizadas pesquisas junto aos produtores e as empresas beneficiadoras do produto. O trabalho se justifica, tendo em vista a relevância do cultivo da mandioca para as famílias do município.

Jussara situa-se na região noroeste do Estado de Goiás, na microrregião do Rio Vermelho. Possui uma área de 4.092,46 km² e uma população de aproximadamente 20.000 habitantes, sendo que 25% desta estão fixados no campo (IBGE, 2013). O Censo Agropecuário (2006) aponta que o município apresenta 710 estabelecimentos agropecuários para uma área de 323.794 hectares, com uma produção de 3.200 toneladas de mandioca na safra de 2011 (IBGE, 2013).

O objetivo principal deste estudo foi analisar os canais de distribuição e os custos de transação da mandioca e seus derivados no município de Jussara e região. Como objetivos específicos propusemos: a) identificar os canais e agentes de comercialização existentes e a sua importância na cadeia produtiva; b) identificar como os canais de comercialização podem contribuir para uma maior rentabilidade do negócio, com enfoque ao pequeno produtor; c) apontar mecanismos de comercialização que possam melhorar o poder de barganha dos pequenos produtores, bem como aumentar a eficiência da gestão dos custos de transação; e d) analisar a estrutura e natureza dos custos de transação envolvidos na cadeia produtiva da mandioca e seus derivados na região pesquisada.

A hipótese básica foi que a ausência de mecanismos de comercialização organizados tem afetado negativamente a competitividade e a rentabilidade dos pequenos produtores de mandioca e derivados, o que impediria o pleno desenvolvimento econômico desta atividade no município de Jussara e região. Como hipóteses secundárias levantamos: a) inexistência de políticas públicas visando ao fortalecimento da atividade na região; b) precariedade nas

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

comunicações e a falta de articulação entre os diversos agentes da cadeia produtiva; e c) baixos níveis de integração tanto vertical quanto horizontal.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Canais de Distribuição

Os canais de distribuição ou canais de *marketing* possuem fundamental importância para as organizações empresariais, pois são eles os responsáveis por fazer a ligação entre as empresas produtoras e os consumidores finais. Nos sistemas agroindustriais, a situação não é diferente e, em especial, para os produtos que apresentam elevados graus de perecibilidade, uma vez que o sistema distributivo eficiente pode aumentar a eficiência e a eficácia da cadeia produtiva (BATALHA, 2005).

Segundo Coughlan et al. (2001), os canais de distribuição formam o conjunto de caminhos que um produto ou serviço segue depois da produção, culminando na compra ou na utilização pelo usuário final. Kotler e Keller (2006, p. 464) completam esta definição afirmando que “formalmente, os canais de *marketing* são conjuntos de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilizar um produto ou serviço para uso ou consumo”.

Para Berman (1996, p. 663) os canais de distribuição são “uma rede organizada de agências e instituições combinadas, que desempenham as atividades mercadológicas necessárias para ligar produtores a usuários”. Assim, o autor citado destaca a interdependência entre os canais de distribuição e evidencia que o funcionamento de um agente viabiliza a existência do próximo elo na cadeia de distribuição. Sendo assim, considera-se a existência de objetivos e orientações comuns entre os níveis distributivos presentes em um dado segmento.

Pigatto e Alcântara (2006) acrescentam que os canais de distribuição constituem relacionamentos estabelecidos por organizações, agentes e instituições que objetivam a disponibilidade de produtos e serviços ao consumidor além da criação de valor para este consumidor. Evidenciam-se, também, as funções desempenhadas pelos canais de distribuição citadas por Stern et al. (1996) que consistem em: a) posse física, b) propriedade, c) promoção, com fluxo no sentido do final do sistema; e de outro modo, os pedidos e os pagamentos, com fluxo do final para o início da cadeia de distribuição; e, por fim, negociação, financiamentos, riscos e informações, fluindo nos dois sentidos do sistema distributivo (Figura 1).

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

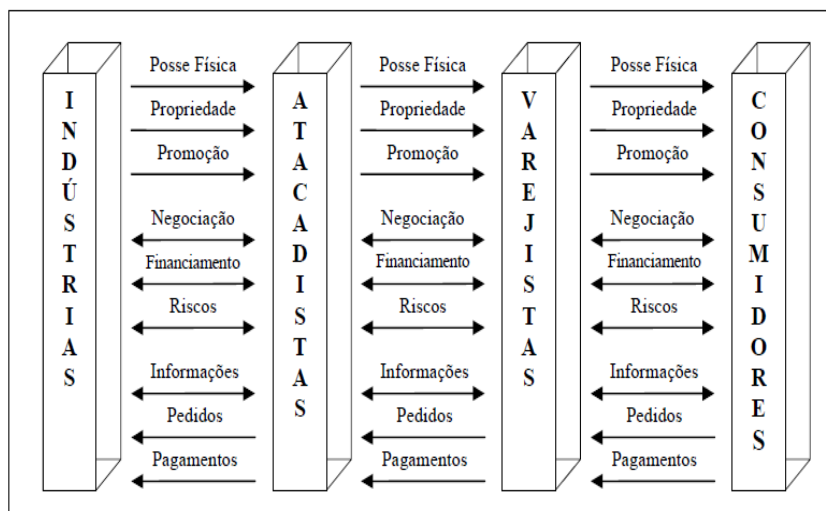


FIGURA 1: Fluxos nos canais de distribuição
Fonte: Neves (1999).

Não obstante, os agentes, que fazem parte da estrutura dos canais de distribuição, destaque para a existência das empresas facilitadoras, são entidades que possuem a função de facilitar as transações entre os atores da cadeia distributiva, sem, no entanto adquirir a posse física dos produtos ou tomar parte direta nas negociações. Para Neves (2007), as decisões relativas às empresas facilitadoras estão posicionadas principalmente em tópicos relacionados ao transporte físico, seguros e agências de propaganda. Segundo Rosembloom (2002), as empresas facilitadoras são:

- Empresas transportadoras: empresas de logística e possuem como principal função promover o deslocamento físico dos produtos. Operam em grande economia de escala o que, em geral, as tornam mais eficientes em sua especialidade que produtores, atacadistas e varejistas;
- Empresas de estocagem: empresas que possuem estruturas físicas (depósitos) preparadas para estocagem e armazenamento de produtos. Podem ser públicas ou privadas;
- Empresas de processamento de pedidos: empresas especializadas no recebimento e processamento de pedidos;
- Empresas de propaganda: empresas que possuem a função de informar e persuadir os membros do canal. Em geral, possuem como função básica fazer com que os produtos sejam conhecidos, apreciados e comprados repetidamente;
- Agências Financeiras: bancos, financeiras e demais agentes de crédito possuem a função de viabilizar as transações através da oferta de crédito e financiamentos. São especialistas em gestão de riscos;

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

- Empresas de seguros: empresas que prestam serviços com vistas à diminuição dos riscos incorridos pelos membros da cadeia de distribuição;
- Empresas de pesquisa de mercado: empresas que produzem informações de mercado em grande volume, que podem oferecer suporte à tomada de decisões por parte dos agentes envolvidos nos canais de distribuição;
- Empresas de certificação: empresas que conferem certificados aos produtos que garantem determinados padrões de qualidade.

Quanto à sua estrutura, os canais de distribuição podem ser classificados em níveis. Segundo Kotler e Keller (2006), um canal pode ser de nível zero (ou canal direto) quando um produtor vende seus produtos diretamente aos consumidores finais. Um exemplo significativo pode ser apresentado por um pequeno produtor de hortaliças que vende toda a sua produção no sistema porta a porta. Um canal de nível conta com apenas um intermediário, em geral, um varejista. Neste caso, o mesmo pequeno produtor citado no exemplo anterior, pode entregar os seus produtos a um “sacolão” local, que por sua vez proverá acesso aos consumidores finais. Os canais de nível dois possuem dois intermediários, normalmente um atacadista e um varejista. No caso do exemplo em pauta, o produtor poderia vender a sua produção na Central de Abastecimento do Estado de Goiás (CEASA) que a encaminharia ao varejista. Os canais de nível três, por sua vez, contam com três intermediários entre o produtor e o consumidor final. Considerando o exemplo inicial, o produtor de hortaliças venderia seus produtos a um atravessador, que, por sua vez, repassaria a CEASA, que disponibilizaria ao varejista que, neste caso, mais uma vez, representaria o elo final entre produtor e consumidor.

Os canais de distribuição variam muito em estrutura e organização, no entanto, possuem crescente importância na gestão de negócios das mais variadas naturezas. Segundo Rosebloom (2002) este aumento na relevância dos canais de distribuição se deve basicamente a cinco fatores: a) necessidade de obtenção de vantagem competitiva sustentável; b) poder crescente dos distribuidores (em especial dos varejistas); c) necessidade de redução nos custos de distribuição; d) revalorização do crescimento, e por fim, e) aumento da importância da tecnologia.

A presença dos agentes intermediários aumenta a eficiência da distribuição, pois a experiência destes enquanto, contatos, escala de operações, especializações e informações prévias a respeito do mercado em que operam, possuem a capacidade de tornar produtos e serviços amplamente disponíveis, de forma que os produtores jamais seriam capazes de fazer. Stern et al. (1996), argumentam que os intermediários facilitam o fluxo de bens e serviços,

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

sendo uma ponte necessária entre o suprimento de bens e serviços gerados pelo produtor e os gêneros exigidos pelos consumidores.

Neves (2007) assevera que as empresas devem estar em constante evolução, repensando com frequência as formas de coordenação de distribuição por elas praticadas. Sabe-se que o consumidor e a concorrência mudam incessantemente e, além disso, a organização precisa melhorar sempre o seu desempenho. De acordo com esta visão, as formas de governança de distribuição adotadas em um determinado sistema agroindustrial devem fluir no sentido de aumentar a eficiência geral da cadeia distributiva. Desta forma, os esforços de coordenação podem ser revertidos em melhores resultados financeiros para produtores e intermediários, agregando maior valor para a cadeia produtiva.

2.2 Economia dos Custos de Transação (ECT)

A Economia dos Custos de Transação (ECT) é uma vertente da Nova Economia Institucional (NEI) que trata da análise dos custos provenientes das atividades de troca, realizadas inter e intraorganização. Ronald Coase (1937), em seu artigo “*A Natureza da Firma*”, fomentou o desenvolvimento da ECT ao argumentar que o raio de atuação de uma firma não poderia ser delimitado apenas em função de sua produção, pressuposto aceito até então, mas também em razão de seus custos de transação. Desta maneira, seria possível identificar a real extensão de atuação de uma empresa dentro do contexto da integração vertical.

Ainda, segundo Coase (1937), os Custos de Transação (CT) seriam aqueles associados à busca e coleta de informações, negociação, elaboração, fiscalização e cumprimento de contratos, além dos direitos de propriedade e, finalmente, os custos provenientes de más adaptações. Para Werin (1998), os CT são os custos de organizar a interação entre as firmas e agentes econômicos, enquanto Ganesan (1994, p.3) trata-os como os “custos de atingir um acordo satisfatório para as duas partes, adaptar o acordo a contingências futuras, e garantir o cumprimento dos seus termos”. Os custos de transação, também, foram definidos por Williamson (1985, p. 7) como “os custos *ex-ante* de preparar, negociar e salvaguardar um acordo, bem como os custos *ex-post* dos ajustamentos e adaptações quando a execução de um contrato é afetada por falhas, erros, omissões e alterações inesperadas”.

Shelanski e Klein (1995) afirmam que a economia dos custos de transação (ECT) estuda como parceiros, em uma transação, protegem-se dos riscos associados às relações de troca. Assim, quanto menores os riscos percebidos, menores serão os custos de transação.

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

Sendo assim, a ECT indica que as firmas devem buscar estruturas de governança eficientes para reger as suas transações, atingindo, conseqüentemente, os menores custos.

De acordo com Williamson (1985), a unidade da análise central da ECT é a transação que segundo o autor é a transformação de um determinado produto através de interfaces tecnologicamente separáveis. Zylbersztajn (2005, p.17) completa este ponto de vista ao afirmar que “a unidade de análise da ECT é a transação, onde são negociados direitos de propriedade”.

Os diferentes tipos de transações possuem características distintas, sendo que, essas particularidades definem os custos inerentes a cada transação. Por conseguinte, tais custos exigem estruturas de governança específicas que sejam capazes de tornar os processos transacionais mais eficientes e seguros para ambas as partes envolvidas. Williamson (1979) classifica as principais dimensões das características das transações como: a frequência, o grau e o tipo da incerteza envolvida e as condições de especificidade dos ativos.

De acordo com os princípios da ECT, uma alta frequência de transações entre os mesmos atores, possibilita a construção de uma reputação. Esta reputação, em geral, leva a uma redução nos custos transacionais, pois não há mais a necessidade de se buscar informações a respeito dos parceiros ou dos produtos a serem comercializados. Por conseguinte, pode-se concluir que a maior frequência na transação entre os agentes, resulta em menores custos de transação. Segundo Farina *et al.* (1997), a frequência tem papel duplo, pois quanto maior for, menores deverão ser os custos fixos médios associados com a coleta de informações e com a elaboração de um contrato complexo que possa impor restrições ao comportamento oportunista.

Quanto à incerteza, ela refere-se a fatores desconhecidos pelas partes envolvidas na transação *ex-ante*, sendo necessária a elaboração dos acordos de troca e pode ser relacionada aos pressupostos comportamentais racionalidade limitada e oportunismo dos agentes. A racionalidade limitada decorre do fato de ser impossível prever todas as situações futuras que poderão se desdobrar em função de um acordo de troca, além do fato de uma das partes jamais poder ter certeza que possui todas as informações necessárias referentes aos outros agentes. Desta forma, não existem negociações perfeitas. Quanto ao oportunismo dos agentes, significa uma situação de busca ávida pelo auto-interesse, mas com uma conotação não cooperativa. Nesse bojo, também há presença de incertezas ambientais relacionadas com fatores naturais, sociais, tecnológicos e políticos (ZYLBERSZTAJN, 2005).

Segundo Neves (1999), as transações com maior grau de incerteza deverão apresentar maiores adaptações futuras nos contratos e demandam estruturas de controle mais complexas, com custo mais elevado, interferindo na forma como as transações ocorrem.

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

A especificidade do ativo refere-se ao quão específico um ativo é para uma determinada atividade e o quanto é custosa a sua realocação para um uso alternativo, levando, também, em consideração os investimentos realizados na construção de relacionamentos que dificilmente poderiam ser reaproveitados em caso de rompimento de um contrato (Williamson, 1985). Sendo assim, pode-se dizer que a especificidade de um ativo é alta quando o rompimento de um acordo provoca perdas relevantes para uma ou ambas as partes envolvidas. Para Arbage (2004) existem seis tipos diferentes de especificidade de ativos:

- i) especificidade locacional: refere-se à necessidade de localizar próximo a alguma matéria-prima, insumo, recurso natural ou energético. A proximidade das empresas que fazem parte de uma mesma cadeia produtiva em relação à matéria-prima reduz os custos de transporte e armazenagem;
- ii) especificidade física: ocorre quando uma empresa exige um determinado padrão de qualidade para as matérias-primas a serem empregadas em sua linha de produção, e pode ser relacionada com as características físicas dos ativos;
- iii) especificidade ligada ao capital humano: conjunto de conhecimentos e experiências aplicados nas transações;
- iv) especificidade dedicada: ocorre quando uma estrutura produtiva ou um determinado processo de produção são exigidos para um ativo;
- v) especificidade de marca: está ligada à construção de um nome ou imagem perante os públicos interessados. Trata-se de um elemento intangível e representa a busca pela construção de uma reputação frente ao mercado; e
- vi) especificidade temporal: ocorre quando o sucesso no retorno de uma transação depende do tempo em que ela é processada, incidindo principalmente quando existe perecibilidade associada aos ativos transacionados.

A partir das características dos atributos transacionais (frequência, incerteza e especificidade dos ativos) serão determinadas as estruturas de governança aplicáveis a cada transação. Assim sendo, essas estruturas são agrupadas em três tipos distintos: mercado, formas híbridas e hierarquia, definidas em função do grau de incentivo e controle envolvidos nas transações (WILLIAMSON, 1985). No caso das estruturas de mercado (mercado *spot*), as transações acontecem em um dado ponto no tempo, de maneira isolada e sem o compromisso de repetição. Desta forma, os incentivos são altos para ambas as partes, pois respondem, instantaneamente, pelas condições vigentes no mercado.

Ainda segundo Williamson (1985), as formas de hierarquia representam as integrações verticais, que acontecem quando as firmas incorporam transações que não seriam realizadas

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

de maneira eficiente fora de seus domínios. Sendo assim, o controle sobre a transação se torna muito mais amplo, ao mesmo tempo em que os incentivos praticamente desaparecem.

Por fim, o autor completa seu raciocínio descrevendo as formas híbridas como aquelas intermediárias, que não representam integração vertical, mas incorporam mecanismos de controle adicionais inexistentes nas transações de mercado. As formas híbridas, em geral, resultam na elaboração de contratos com vistas à diminuição da incerteza nas transações, bem como das possibilidades de oportunismo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho apresenta uma pesquisa exploratória, quanto a sua finalidade, e um estudo de caso quanto aos meios. Severino (2007, p. 121) afirma que o estudo de caso “é uma pesquisa que se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos”. Desta forma, foi realizada uma revisão de literatura, que teve como propósito estabelecer o referencial teórico que melhor se adaptasse à realidade encontrada no decorrer da pesquisa de campo. Diante disto, usou-se o arcabouço teórico da Teoria de Canais de Distribuição e da Economia dos Custos de Transação (ECT).

Após a pesquisa bibliográfica, foi realizada a coleta de dados secundários, junto ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Prefeitura Municipal de Jussara, entre outros.

Em seguida, para a coleta de dados primários, foram elaborados dois questionários semiestruturados distintos, com perguntas abertas e fechadas: o primeiro deles, a ser aplicado aos produtores rurais; o segundo, a ser aplicado às empresas distribuidoras, beneficiadoras e varejistas, que compõem a cadeia produtiva da mandioca e seus derivados. Os questionários foram aplicados pelo próprio autor, a 22 produtores e a 09 empresários do setor.

Após as entrevistas, os dados coletados foram agrupados e lançados em uma planilha do *Microsoft Excel*, instrumento através do qual se procedeu à tabulação e verificação de frequência referente às informações coletadas. Por fim, partiu-se à análise dos dados coletados à luz das teorias pesquisadas. Terminado este processo, apresentamos os resultados e considerações finais, bem como as principais inferências que puderam ser feitas diante do cenário encontrado no decorrer da pesquisa de campo.

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

4 DISCUSSÃO E RESULTADOS

A atividade agropecuária possui grande importância socioeconômica para o município de Jussara. Segundo dados do Instituto Mauro Borges (IMB, 2013), o setor foi responsável, em 2012, por aproximadamente 30% do PIB municipal, ficando atrás apenas do setor de serviços. Vale lembrar que este número representa apenas as atividades desempenhadas no campo propriamente dito. Sendo assim, se adicionarmos as atividades agroindustriais, em geral, podemos chegar a um número muito maior. No entanto, tais dados não se encontram disponíveis.

Embora, também, não haja dados disponíveis no Censo Agropecuário 2006 a respeito da área cultivada de mandioca ou do número de estabelecimentos envolvidos em sua produção, acredita-se que tais índices sejam bastante expressivos. Tal inferência se justifica pelo fato de que, ao irmos a campo para realizar a pesquisa, todos os 22 produtores abordados, inicialmente, cultivavam mandioca em suas propriedades. Ou seja, a amostra inicial apresentou 100% de positividade com relação à cultura pesquisada. Por conseguinte, existem fortes razões para acreditarmos que boa parte das 510 propriedades familiares do município de Jussara (Censo Agropecuário 2006) destina toda ou parte de sua área ao cultivo da mandioca.

Deste modo, podemos afirmar que a escassez de dados oficiais referentes à atividade mandiocultora, na região pesquisada, constitui ampla oportunidade para a realização de pesquisas na área em questão. Os órgãos oficiais disponibilizam informações apenas sobre a quantidade produzida (3.200 toneladas em 2012, conforme o IBGE). No entanto, não se pode afirmar que tais números são confiáveis tendo em vista a incompletude dos dados apresentados.

4.1 Perfil dos Produtores

A amostra dos produtores de mandioca existentes na região pesquisada revelou um perfil bastante heterogêneo. As características socioeconômicas variam muito de uma propriedade para outra, porém, há pontos de convergência entre os entrevistados. Destaca-se que todas as 22 glebas que compõem a amostra da pesquisa se enquadram na Agricultura Familiar (lei 11.326, de 24 de julho de 2006¹), correspondendo a 4,3% do total de

¹ Art. 3º Para os efeitos desta Lei considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos: I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

propriedades rurais familiares do município. Por conseguinte, o cultivo da mandioca para essas famílias é muito relevante, no tocante a fonte de renda e, também, fonte de subsistência e segurança alimentar.

As entrevistas revelaram que as áreas cultivadas variam de 500m² a 48.400 m² (um alqueire goiano), sendo que 45,45% das propriedades destinam cerca de um hectare para o cultivo da mandioca; 40,9% destinam menos de um hectare, restando apenas 13,65% de glebas que dedicam mais de um hectare para esta atividade.

Quanto aos rendimentos financeiros da propriedade rural, um total de 63,65% dos entrevistados respondeu que os ganhos provenientes da lavoura de mandioca correspondem até 10% da renda total, enquanto que para 18,1% dos entrevistados, o percentual varia de 11% a 30% da renda total. Entre os produtores, 9,25% informaram que o valor gira em torno de 51% a 90% da renda da propriedade, e por fim, 4,5% informaram que a renda da mandioca representa mais de 90% da renda total da propriedade.

Em geral, a espécie cultivada varia de acordo com a sua destinação. Nas propriedades em que a mandioca é plantada para o consumo *in natura*, os produtores preferem as variedades popularmente chamadas de “pão” e “cacau”. Entretanto, se a finalidade da mandioca for destinada para a produção de farinha ou polvilho, a preferência é pela mandioca industrial (brava).

Quanto ao uso de tecnologias, a pesquisa revelou que 81,8% dos produtores não utilizam nenhum tipo de tecnologia para o cultivo da mandioca, enquanto 18,2% restantes afirmaram que utilizam apenas o trator para o manuseio e cultivo da cultura.

Outro ponto, que também chama a atenção, é que 59,1% dos entrevistados disseram jamais ter recebido qualquer assistência técnica destinada ao cultivo da mandioca. Outros 18,1% tiveram participação do curso oferecido pela Prefeitura Municipal em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR). Dos entrevistados, 13,6% afirmaram ter recebido treinamento em Adubação e Tratamento do Terreno, oferecido pela Prefeitura Municipal em parceria com a Secretaria Municipal de Assistência Social. Finalmente, 9,1% dos produtores entrevistados afirmaram ter contratado a consultoria de agrônomos e apenas um produtor (4,5%) contou ter recebido auxílio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

II - utilize predominantemente mão de obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;

IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (Brasil, 2006).

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

Todos os entrevistados jamais obtiveram acesso a financiamentos direcionados ao cultivo da safra. Apesar disso, 95,5% dos produtores ouvidos, consideram o cultivo da mandioca como um negócio lucrativo ou altamente lucrativo. Apenas um produtor (4,5%), afirmou que se trata de uma atividade não lucrativa.

Ao serem indagados sobre os possíveis pontos de melhoria para o desenvolvimento econômico do cultivo da mandioca; 50% dos produtores afirmaram que, ainda, falta apoio técnico e financiamento. Para 18,1% faltam políticas públicas, sendo que, para 13,6% será necessário reformar as áreas já cultivadas. Outros 13,6% afirmaram da necessidade em buscar meios para agregar mais valor ao produto. Apenas 4,5% consideram importante melhorar os meios de distribuição e mais 4,5% acreditam que existe a necessidade de uma integração vertical entre os produtores e as empresas processadoras do município.

4.2 Perfil das Empresas

Foram realizadas pesquisas com entrevistas em três tipos de empresas pertencentes à cadeia produtiva da mandioca no Município de Jussara-GO: a) empresas processadoras primárias (farinheiras), indústrias processadoras secundárias (fábrica de farofa pronta), por fim as empresas que comercializam, diretamente, com o consumidor final (verdura e supermercado).

A indústria processadora primária (farinheiras): foram realizadas entrevistas em cinco empresas deste segmento, das quais três são legalmente constituídas e duas trabalham na informalidade. Quatro delas produzem farinha de mandioca e polvilho, sendo que apenas uma se dedica exclusivamente à farinha de mandioca. A menor empresa produz 10 kg de polvilho e 30 kg de farinha de mandioca ao dia e conta com a mão-de-obra de cinco pessoas (família); a maior atinge 300 kg de farinha e 100 kg de polvilho ao dia contando com treze funcionários (nem todos legalmente registrados).

Todas as empresas adquirem matéria-prima junto aos produtores da região, sendo que uma delas, também, possui área própria cultivada. A unidade de compra de matéria-prima é o “balaio” (aproximadamente 40 kg) para as empresas menores e a carga de seis toneladas para as maiores. Ambas as categorias de empresas preferem a variedade de mandioca industrial (brava), devido ao seu maior teor de amido. Nas quatro empresas entrevistadas houve consenso quanto à melhoria dos negócios que depende do maior apoio técnico-administrativo e financiamento de órgãos legais de apoio as pequenas e médias empresas. Duas empresas

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

afirmaram sobre a importância da melhoria da disponibilidade de matéria-prima. Todas as empresas entrevistadas consideraram o negócio rentável, e por isso continuam na atividade.

A indústria processadora secundária (fábrica de farofa pronta): existe na região pesquisada uma empresa desta natureza. Ela é legalmente constituída e emprega 21 funcionários, todos devidamente registrados. A empresa produz cerca de 1.500 kg de farofa pronta (derivado da mandioca) por semana. Sua produção é viabilizada pela aquisição de lotes de cerca de três toneladas de farinha torrada no fogão à lenha (exigência da empresa) das farinheiras locais. Segundo o proprietário, trata-se de um negócio lucrativo, porém, é preciso maior facilidade no acesso ao crédito e financiamento governamental com a finalidade de ampliar a capacidade produtiva e a infraestrutura da empresa.

O varejo (verdura e supermercado): foram realizadas entrevistas em três empresas nesta categoria que vende o produto diretamente ao consumidor final. Todas elas são legalmente constituídas e empregam em média três funcionários cada. Elas comercializam o produto *in natura*, numa média de três caixas (22 kg cada) por semana. Duas destas empresas adquirem o produto diretamente do produtor rural, sendo que somente uma destas realiza as compras na CEASA. Por comercializarem o produto *in natura*, geralmente destinado para o consumo *in natura*, essas empresas preferem adquirir as variedades de mesa comumente denominadas como “pão” e “cacau”.

Os três empresários entrevistados consideraram o negócio lucrativo, mas dois deles afirmam que é preciso obter melhor acesso ao crédito com a finalidade de melhorar a infraestrutura do ponto de venda, além de investir em qualidade no atendimento aos consumidores. Um dos entrevistados ressaltou a necessidade de consultoria empresarial para melhorar a competitividade de sua empresa.

4.3 Análise dos Canais de Distribuição

A pesquisa apontou que os canais de distribuição da mandioca na região estudada são extremamente simples, já que o mercado consumidor local absorve praticamente 100% da produção, tanto para o produto *in natura*, quanto para os derivados pesquisados por este estudo (farinha de mandioca e polvilho). Desta maneira, o sistema distributivo em questão se restringe a área geográfica estudada por este trabalho.

A produção é muito atomizada, não havendo grandes fornecedores do produto *in natura*, sendo que o maior produtor entrevistado produz aproximadamente 25 toneladas de mandioca industrial (brava) ao mês, realizando colheitas durante 8 meses do ano. Os demais

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

agricultores entrevistados possuem produção inferior a 10 toneladas por mês, sendo que 50% do total de entrevistados produzem menos que uma tonelada mensal.

Por conseguinte, essa evidente atomização da produção afeta negativamente o poder de barganha dos produtores, isto foi apontado por 91% dos agricultores, que acreditam que o surgimento de mecanismos formais de atuação, tais como associação ou cooperativa aumentaria a competitividade de suas propriedades.

O maior poder de barganha das indústrias processadoras evidencia-se pelo fato de obterem as maiores margens de comercialização. Ou seja, enquanto estas empresas pagam em média de R\$ 0,20 a R\$ 0,26 por kg de matéria-prima *in natura*, no mercado elas comercializam os produtos transformados em média de R\$ 2,50 a R\$ 4,00 por kg. Segundo os entrevistados das empresas, a lucratividade líquida do negócio gira em torno de 12%. Outro fator que corrobora com esta inferência é o fato da maioria dos entrevistados neste segmento (67%) refutam a necessidade de ações associadas ou cooperadas. Esse cenário caracteriza uma situação de oligopsônio e favorecimento ao oportunismo dos agentes, haja vista a enorme quantidade de fornecedores existentes em contraposição a escassos compradores.

Todos os entrevistados, tanto produtores rurais, quanto empresários admitiram a inexistência de mecanismos de comercialização, comunicação e de quaisquer ações organizadas entre os membros pertencentes a um mesmo nível de canal de distribuição.

No decorrer das pesquisas foram observadas cinco estruturas de canais de distribuição distintas na área geográfica pesquisada. A primeira, no nível zero, sem a existência de intermediários entre produtor e consumidor; a segunda, no nível um, com a existência de apenas um intermediário; a terceira no, nível dois, com dois intermediários (duas estruturas); e uma em nível três, conforme mostra a Figura 2.

A primeira estrutura de distribuição, em Nível zero, ocorre nos casos relatados em que o produtor atende diretamente ao consumidor final. Dos vinte e dois produtores entrevistados, 27,3% comercializam seus produtos desta maneira, sendo que destes 9,1% comercializam a mandioca *in natura*, na feira municipal; apenas um produtor (4,55%) vende a domicílio. Existem, ainda, 13,65% de agricultores que industrializam a mandioca em forma de farinha ou polvilho, vendendo, também, diretamente ao consumidor final.

No Nível um, há situações nas quais o produtor repassa seu produto ao varejo, que por sua vez faz a ligação final com o consumidor. Dentre os agricultores ouvidos, 45,45% atendem ao varejo (verdurões, supermercados e açougues), em geral duas vezes por semana, sendo que os vendedores entregam quantidades previamente estabelecidas. Neste contexto,

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

também, se pode englobar 13,64% de produtores que atendem simultaneamente o varejo e o Programa de Aquisição de Alimentos do Governo Federal (PAA)².

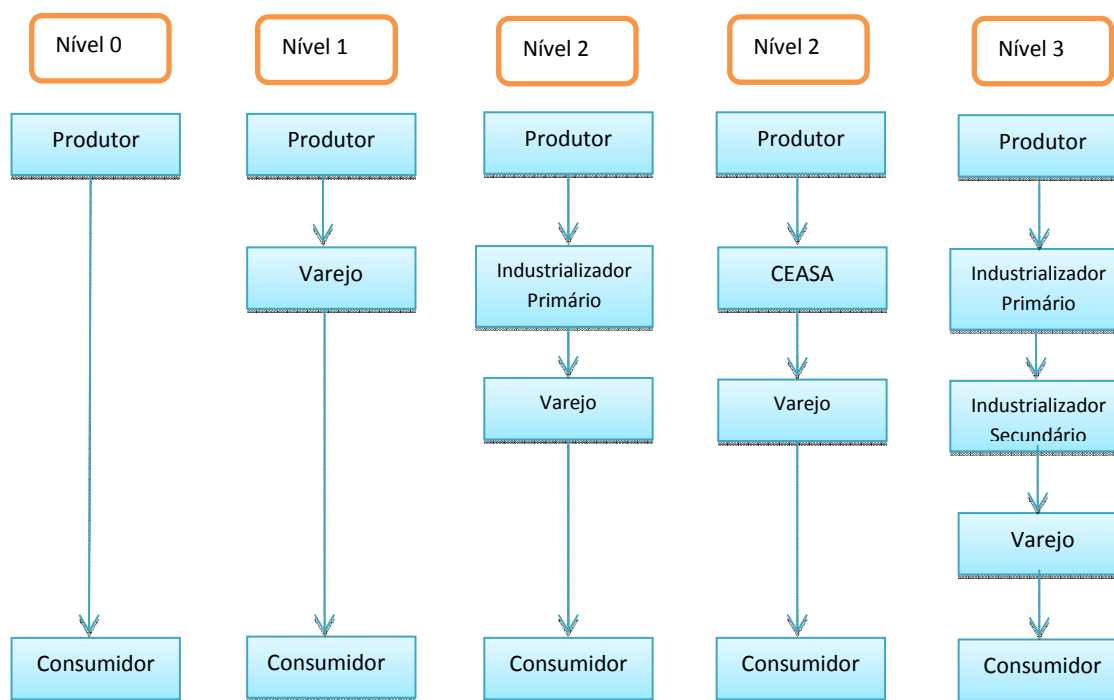


FIGURA 2: Canais de distribuição da mandioca no Município de Jussara-GO
Fonte: Dados da Pesquisa.

No Nível dois, há situações com dois intermediários entre o campo e o consumidor final. Na área pesquisada identificam-se duas situações desta natureza. Na primeira, o produtor comercializa sua produção diretamente com o processador (farinheira), que por sua vez transforma o produto e repassa ao varejo, que mais uma vez desempenha o papel de elo final com o consumidor. 40,9% dos agricultores entrevistados oferecem seu produto diretamente às casas de farinha. Embora nenhum dos entrevistados venda a sua produção a CEASA³, deve-se citar este caso, em que o produtor repassa a mandioca à referida instituição, que vende ao varejo, que, por sua vez disponibiliza o produto ao consumidor final. Durante o estudo foi identificado apenas um varejista na região que adquire o produto *in natura*, por esta via.

² PAA – Programa de Aquisição de Alimentos do Governo Federal: foi criado como uma das ações do Programa Fome Zero no governo Lula e permite a aquisição de produtos originados de propriedades rurais enquadradas como de agricultura familiar sem licitação até o valor limite de R\$ 3.500,00 ao ano por produtor.

³ CEASA – Centrais de Abastecimento de Goiás S/A

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

No Nível três, o agricultor repassa a mandioca à farinheira, que é denominada indústria processadora primária. Depois de pronta, a farinha de mandioca é repassada à indústria processadora secundária que transforma o insumo em farofa pronta, agregando valor ao produto final, que tem como destino o consumidor final.

O estudo não identificou a presença de empresas facilitadoras de canais. Este fato ressalta, mais uma vez, a grande simplicidade e rusticidade do sistema de distribuição da mandioca e seus derivados no município de Jussara-GO.

Um dos fatores que se mostrou mais relevante dentro deste sistema foi o alto grau de perecibilidade da mandioca, que, em caso de industrialização, não pode esperar mais do que 24 horas para o início do processo, pois começa a perder as suas propriedades, o que compromete a qualidade do produto. Para o consumo *in natura*, em condições naturais, este prazo não pode exceder 72 horas após a colheita. Sendo assim, a eficiência e agilidade do processo de distribuição, principalmente, entre o produtor e o estágio seguinte da cadeia de distribuição, seja ele qual for, é condição indispensável.

4.4 Análise dos Custos de Transação

A análise dos custos de transação aplicáveis à cadeia de distribuição da mandioca representa um dos focos principais deste estudo. No decorrer das entrevistas foi possível identificar as características dos custos transacionais incidentes no mercado estudado, bem como as estruturas de governança existentes.

Dos trinta e um entrevistados, entre agricultores e empresas, apenas três, ou seja, 9,1%, afirmaram comercializar o seu produto mediante a assinatura de contratos formais, que é o caso dos produtores que possuem relações comerciais com o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) do Governo Federal. Destaca-se que entre os diversos elos não existe relação de contratos ou parcerias, apenas no caso da comercialização do PAA. Isto reforça o papel dos atributos de frequência, uma vez que, em um ambiente no qual mais de 90% das transações são realizadas a mercado, sem nenhum tipo de acerto formal entre as partes envolvidas, a construção de uma reputação junto aos compradores e/ou fornecedores torna-se fundamental como instrumento de redução de custos transacionais.

A importância da reputação é evidenciada, mais uma vez, por meio de relatos feitos pelos varejistas entrevistados, em que, eles citaram que os acertos informais ocorrem frequentemente com alguns produtores habituais. Os referidos acordos estipulam quantidades e dias da semana que são preestabelecidos para a entrega dos produtos. Em geral, esses relacionamentos são duradouros, todos eles possuindo mais de vinte e quatro meses de

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

intermitência, sinalizando a redução dos custos de transação, nesses casos. Tal situação ilustra que a existência de transações frequentes estabelece vínculos que podem reduzir os custos de transação, minimizando os efeitos da racionalidade limitada através do desencorajamento de comportamentos oportunistas.

Quanto à incerteza, esta se mostrou bastante elevada no mercado pesquisado, em especial para as indústrias de processamento primárias. Segundo as entrevistas realizadas, 80% das empresas afirmaram que o processo de produção é estancado de uma semana a dez dias por mês, em função de escassez de matéria-prima. As indústrias processadoras (100%) apontaram que os efeitos sazonais, em especial, nos períodos chuvosos, implicam em quedas de até 40% na produção das empresas no setor estudado.

A falta evidente de mecanismos formais de controle de transações, também, contribui para a maior incerteza no ambiente estudado. Não se pode deixar de citar, ainda, a influência dos fatores climáticos e naturais, pois em se tratando de atividade agrícola esses se fazem sempre presentes. Os varejistas representam o grupo que se mostrou menos sujeito à incerteza dentro da cadeia de distribuição pesquisada. Tal situação se explica pelo fato da substituição de fornecedor ser facilitada devido ao grande número de ofertantes para as pequenas quantidades de produto adquiridas pelo varejo.

A especificidade dos ativos, também, se mostrou relevante. A especificidade locacional é, especialmente, importante para os industrializadores, principalmente, para as indústrias processadoras primárias, pois essas devem estar próximas às fontes de matéria-prima. Tal necessidade se justifica pelo alto grau de perecibilidade da mandioca e pelos elevados custos de transporte.

A especificidade física se mostrou importante para todos os níveis pesquisados. Os produtores escolhem a variedade a ser cultivada em função da destinação que pretendem dar ao produto. Os processadores, por sua vez, preferem trabalhar com a mandioca industrial (brava), devido ao seu maior teor de amido, pagando, inclusive, preços mais altos por este tipo de matéria-prima. Já os varejistas possuem preferência por atributos tais como variedade, cor, sabor, casca que se solte com facilidade, etc.

Para a indústria processadora secundária (fábrica de farofa pronta), a especificidade dedicada se mostrou bastante relevante, uma vez que exige que a farinha de mandioca a ser adquirida para a fabricação de seu produto seja torrada no forno à lenha. Quanto à especificidade temporal, essa, também, se revelou importante para todos os níveis de distribuição, fato que pode ser atribuído à alta perecibilidade da mandioca. Não foi observada a existência de especificidades de marca e ligadas ao capital humano.

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

Embora haja uma notória predominância das estruturas de governança de mercado, foram identificadas estruturas de hierarquia e híbrida. A governança de mercado rege mais de 90% das transações realizadas, e representa todas as trocas efetuadas a mercado *spot* em todos os níveis da cadeia distributiva estudada. A hierarquia foi evidenciada por alguns casos de integração vertical identificados, especificamente, três agricultores que, além de cultivar a mandioca, a transformam em farinha e polvilho, só então, repassando ao varejo ou consumidor final.

Ampliando a observação é relevante pontuar que a existência de um produtor de farinha que possui sua própria lavoura de mandioca, não é, no entanto, suficiente para suprir todas as necessidades de matéria-prima da empresa. A governança híbrida é representada pelos três produtores que possuem contrato com o PAA do Governo Federal. Os contratos especificam quantidades mensais, preços e formas de pagamento.

A análise dos custos de transação se mostrou fundamentalmente importante para a gestão eficiente da cadeia agroindustrial da mandioca e seus derivados na região pesquisada. Ademais, entender as características e a composição dos custos transacionais envolvidos nas trocas realizadas, dentro do sistema pesquisado, é o primeiro passo rumo à formulação de estruturas de governança, realmente, eficientes que possam proporcionar a minimização dos custos envolvidos, aumentando, dessa forma, a competitividade geral do sistema.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da análise sobre as informações coletadas, no decorrer deste estudo, é possível afirmar que este cumpriu o seu objetivo principal, que era analisar os canais de distribuição e os custos de transação da mandioca e seus derivados no Município de Jussara-GO e região. Quanto aos objetivos secundários, podemos dizer que foram parcialmente atingidos, pois a identificação dos canais de distribuição foi realizada com sucesso, bem como o estabelecimento do seu grau de importância para a cadeia agroindustrial. No entanto, apesar de haver fortes indícios para o desenvolvimento de canais associados ou cooperados, estudos complementares se fazem necessários para apontar os meios de distribuição eficientes para a cadeia agroindustrial pesquisada.

Os resultados indicam a necessidade de maiores observações com vistas à definição das estruturas de governança mais eficientes para a otimização da gestão dos custos de transação envolvidas na atividade estudada. A análise da estrutura e da natureza dos custos transacionais obteve considerável êxito, sendo possível identificar as principais características dos custos envolvidos no sistema pesquisado.

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

No tocante às hipóteses levantadas, considera-se, com razoável grau de certeza, que a falta de mecanismos organizados de comercialização, realmente, tem afetado de maneira negativa a rentabilidade dos pequenos produtores de mandioca e derivados na região pesquisada. Esse fato configura-se como um entrave ao pleno desenvolvimento da atividade em questão.

A hipótese secundária da inexistência de políticas públicas visando ao fortalecimento da atividade na região foi parcialmente refutada, pois constatou-se alguns esforços no sentido de treinar e orientar os produtores rurais mandiocultores, além da presença do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) do Governo Federal. No entanto, pode-se asseverar que as políticas existentes são insuficientes, estando muito aquém do necessário.

Quanto à precariedade nas comunicações e falta de articulação entre os diversos agentes da cadeia produtiva, esta hipótese secundária foi totalmente confirmada, também, se configurando como um obstáculo à eficiência máxima da cadeia agroindustrial objeto deste estudo. A existência de baixos níveis de integração tanto vertical, quanto horizontal, também, foi confirmada com alto grau de confiabilidade.

A produção, comercialização e beneficiamento da mandioca e seus derivados possuem considerável importância para a agricultura familiar do Município de Jussara e região. Igualmente, as atividades ligadas a esta cadeia produtiva, ainda, se encontram muito distantes dos níveis ideais de eficiência e profissionalização. Este trabalho abre um amplo campo de estudos que tocam às relações em torno desse mercado, com vistas ao alcance de resultados ideais.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. J. *Fundamentos de Agronegócios*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ARBAGE, L. P. *Custos de Transação e seu impacto na formação e gestão da cadeia de suprimento: Estudo de caso em estruturas de governança híbridas do sistema agroalimentar no Rio Grande do Sul*. Tese Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Administração, PPGA/UFRGS, 267 p Porto Alegre, 2004.

AZEVEDO, P. F. *Integração Vertical e Barganha*, Faculdade de economia e Administração da Universidade de São Paulo, 1996 (Tese de doutorado).

BATALHA, M. O. (Org). *Gestão Agroindustrial*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BUAINAIN, A. M.; SOUZA FILHO, H. M. de. Tecnologia de gestão e agricultura familiar. In: BATALHA, M. O. *Gestão do Agronegócio: textos selecionados*. São Carlos: EdUFSCar, 2005.

CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO: UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

BERMAN, B. *Marketing Channels*. New York: John Willey, 1996. 663 p.

BRASIL. *Portal do Planalto: Presidência da República*. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2006/lei/111326.htm>. Acesso em: 08 ago. 2013.

CABRAL, R. M. *Custos de Transação*. In: CALLADO, André C.C. (Org.). *Agronegócio*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CASTRO, L. T. (Orgs). *Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos*. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

COASE, R. H. (1937). *The nature of the firm*. In: WILLIMSON, O.; WINTER, S. (Eds.). *The nature of the firm: origin, evolution and development*. Oxford: Oxford University Press, 1991.

COUGHLAN, A. T.; ANDERSON, E.; STERN, L. W. e EL-ANSARY, A. I. *Marketing Channels*. 6 ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2001.

EMBRAPA MANDIOCA E FRUTICULTURA TROPICAL. *Perguntas e respostas: mandioca*. Disponível em: <<http://www.embrapa.gov.br>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

ESPM/SEBRAE. Estudo de Mercado sobre a mandioca (Farinha e Fécula). *Estudos de Mercado/ ESPM/SEBRAE. Relatório Completo*, Janeiro de 2008.

FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F. e SAES, M. S. M. *Competitividade: mercado, Estado e organizações*. Santa Maria: Singular, 1997.

Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAO). *Base de dados FAOSTAT*. Disponível em: <<http://faostat.fao.org>>. Acesso em: 12 ago. 2013.

FRANÇA, C. G. DE; DEL GROSSI, M. E.; MARQUES, V. P. M. DE A. (Ed.). *O Censo Agropecuário 2006 e a Agricultura Familiar no Brasil*. Brasília, DF: MDA, 2009.

GANESAN, S. *Determinants of Long-term Orientation*. In: *Byer-Seller relationships*. *Journal of Marketing*.v.58 1994. 3 p.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. *IBGE Cidades*. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=521220&search=goias|jussara>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. *Censo Agropecuário 2006*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/agri_familiar_2006_2/default.shtm>. Acesso em: 10 ago. 2013.

Instituto Mauro Borges – IMB. *Perfil dos Municípios Goianos*. Disponível em: <<http://www.imb.go.gov.br/>>. Acesso em: 12 ago. 2013.

KOTLER, P. e KELLER, K. L. *Administração de Marketing*. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. p. 464.

**CADEIA PRODUTIVA DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE JUSSARA-GO:
UM ESTUDO DE CASO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS DE CANAIS
DE DISTRIBUIÇÃO E DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO**

NEVES, M. F. *Um modelo para planejamento de canais de distribuição no setor de alimentos*. 1997. 297 f. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo, 1999.

PEREZ, P. *Bancos de germoplasma garantem futuro da cultura: entrevista com Nivaldo Peroni*. Projeto Mandioca Brasileira. Disponível em: <<http://www.abam.com.br/not.php?id=80>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

PIGATTO, G.; ALCÂNTARA, R. L. C. *Relacionamento Colaborativo nos Canais de Distribuição*. In: ZUIN, L. F. S.; QUEIROZ, T. R. (Org.). *Agronegócio: gestão e inovação*. São Paulo: Saraiva, 2006.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JUSSARA. Dados Gerais. Disponível em: <http://www.jussara.go.gov.br/portal1/dado_geral/mumain.asp?iIdMun=100152130>. Acesso em: 15 jun. 2013.

ROSEMBLOOM, B. *Canais de Marketing: uma visão gerencial*. São Paulo: Atlas, 2002.

SEVERINO, A. J. *Metodologia do Trabalho Científico*. 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007. p. 121.

SHELANSKI, H. A.; KLEIN, P. G. Empirical Research in Transaction Cost Economics: A Review and Assessment. *The Journal of Law, Economics & Organization*, v.11, n.2, p.335-361, 1995.

STERN, L.; EL-ANSARY, A. I. e COUGHLAN, A. *Marketing Channels*. 5 ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1996.

WERIN, L. *Ronald Coase and the New Microeconomics* - Material em homenagem a Ronald Coase, 1998.

WILLIAMSON, O. E. *The economic institutions of capitalism*. New York: Free Press, 1985. 7 p.

_____. Transaction cost economics: the governance of contractual relations. *Journal of Law and Economics*, v.22, p.233-261, 1979.

ZYLBERSTAJN, D. *Estrutura de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições*. 1995. 238f. Tese (Livre Docência) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995. 17 p.

_____. *Economia das organizações*. In: _____; NEVES, M. F. *Economia e gestão dos negócios agroalimentares*. São Paulo: Pioneira, 2000.

ZYLBERSZTAJN, D. e NEVES, E. M. *Agronegócio no Brasil*. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.