

CIÊNCIAS HUMANAS

AS RELAÇÕES ENTRE PRODUTORES RURAIS E EMPRESAS NO MERCADO DA SOJA NO PARAGUAI

GARAYO MERELES, María Victoria

Estudante do Curso de Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar - ILAESP - UNILA

E-mail: mari_omas@hotmail

WESZ JUNIOR, Valdemar João

Professor do Curso de Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar - ILAESP - UNILA

E-mail: valdemar.junior@unila.edu.br

1 Introdução

Ao longo dos anos, a soja se tornou “la columna vertebral del agronegocio en Paraguay” (Rojas Villagra, 2009), sendo o maior cultivo em termos de valor bruto da produção, exportações e superfície (MAG, 2010). Enquanto que em 1995 o grão dominava 28,3% da área cultivada, 5,6% do PIB (Produto Interno Bruto) e aproximadamente 20% das exportações totais (Fogel e Riquelme, 2005; OEA, 2009), em 2011 ele passou a ocupar 72% das terras aráveis do país e a responder por 9,7% do PIB nacional e por 42% das exportações totais (Faostat, 2015; CIP, 2013).

Não obstante a importância deste grão no país, poucos estudos e pesquisas tem se focado em uma análise sobre o “funcionamento do mercado” da soja e pouco se sabe sobre que atores estão vinculados nesta cadeia produtiva e que relações são estabelecidas entre eles. Assim sendo, o objetivo desta pesquisa é analisar e compreender as lógicas envolvidas na expansão da soja no Paraguai e as relações construída entre os atores envolvidos nesta cadeia produtiva (sobretudo empresas e produtores rurais).

2 Metodologia

Esta investigação conciliou procedimentos e técnicas de pesquisa de natureza qualitativa e quantitativa. Inicialmente foi realizada uma revisão bibliográfica em duas frentes. A primeira foi analisar as transformações agrárias no Paraguai em uma perspectiva histórica, para compreender os condicionantes da chegada e da consolidação da soja no Paraguai. A segunda frente teve como foco o mercado da soja e a sua expansão no país.

Outro importante recurso metodológico foram os dados estatísticos, que apresentam o panorama geral das transformações agrárias, da cadeia produtiva e dos atores nela envolvidos (sobretudo produtores e empresas). Neste sentido, foi de fundamental importância a análise dos Censos Agropecuários (1956, 1981, 1991 e 2008), além dos dados disponibilizados pelo Ministerio de Agricultura y Ganaderia (MAG), Camara Paraguuaia de Exportadores y Comercializadores de Cereales y Oleaginosas (Capeco), Asociación Rural del Paraguay (ARP), Unión de Gremios de la Producción (UGP), Asociación de Productores de Soja (APS), etc. Estes dados foram trabalhados no software Microsoft Excel.

Também foi realizada viagem de campo a Expo Santa Rita 2016 (Santa Rita, Alto Paraná) para acompanhar uma das principais feiras agrícolas Paraguai e observar algumas dinâmicas comerciais entre produtores e empresas. Na Expo foram realizadas entrevistas com representantes de nove empresas de diferentes segmentos (máquinas e insumos e comercialização), onde se levantou informações sobre o funcionamento das empresas e seu modo de relação com os produtores rurais.

3 Fundamentação teórica

A abordagem teórico-metodológica abrange tanto o tema da globalização do sistema agroalimentar, partindo fundamentalmente das discussões sobre Redes Globais de Produção, quanto às relações de troca em nível local, com base na Nova Sociologia Econômica – além de resgatar alguns elementos presentes na Economia dos Custos de Transação e nos estudos sobre o sistema de integração nos complexos agroindustriais. A intenção é transcorrer um referencial que reconheça a multidimensionalidade do tema deste trabalho, a partir de uma compreensão do mercado da soja que perpassa por outros aspectos, para além dos elementos produtivos, comerciais e financeiros. Nesse sentido, ganha importância a dimensão social, política, cultural e histórica.

4 Resultados alcançados

Os resultados preliminares desta pesquisa apontam para um intenso processo de expansão da soja no Paraguai, tornando-se a principal atividade agropecuária do país, tanto pela sua importância territorial (3,5 milhões de hectares plantadas em 2014, o que equivale a mais de 70% da área cultivada), quanto econômico-comercial (40% das exportações totais de 2014) (MAG, 2016; BCB, 2016). Em paralelo, o Paraguai se solidificou no cenário mundial como o quinto maior produtor de soja e o quarto maior exportador do grão (USDA, 2016).

Ainda que seja difícil encontrar informações específicas sobre o conjunto dos produtores de soja no Paraguai, os dois últimos Censos Agropecuários do país (1991 e 2008) dispõem de dados

que permitem perceber uma forte concentração da produção de soja em grandes unidades (com mais de mil hectares). No último censo (2008), 3% dos produtores controlavam quase 50% da produção nacional. Além disso, metade da soja provinha de produtores estrangeiros (com destaque aos brasileiros).

Em relação às principais empresas que atuam no mercado da soja no Paraguai, cabe destacar que correspondem aquelas que dominam o cenário mundial. Desse modo, são praticamente os mesmos nomes que aparecem no plano global e local, como é o caso da Bayer, Syngenta, Basf, Monsanto, Dow e DuPont nos defensivos e sementes; CNH (com as marcas Case e New Holland), AGCO (com as marcas AGCO Allis, Valtra e Massey Ferguson) e John Deere na indústria de máquinas e equipamentos agrícolas; ADM, Bunge, Cargill, Dreyfus e Noble no esmagamento da soja e nas exportações *in natura*. Além de se manterem entre as principais corporações do setor, estas firmas ampliaram as suas fatias de mercado nos últimos anos a partir de diferentes estratégias, como fusões, aquisições e parcerias (*joint venture*); investimentos estratégicos na área de ciência, tecnologia e inovação; formação e capacitação de recursos humanos; recuperação e ampliação da infraestrutura e da logística, incluindo armazenamento e transporte rodoviário e hidroviário.

Na relação com os produtores rurais, uma tendência verificada é que as empresas ofereçam ao agricultor todos os produtos e serviços necessários para o cultivo (“venda casada”), sem que ele precise negociar com outra firma. Para isso, elas disponibilizam de forma agregada sementes, fertilizantes, defensivos, assistência técnica, maquinário, etc. no início da safra e depois adquirem do produtor a soja colhida, sendo uma parte direcionada para pagar pelo “pacote”.

Outra evidencia é que os produtores apresentam uma forte relação com os técnicos e gerentes das empresas, que fazem dias de campo, palestras e exposições para apresentar os produtos aos sojicultores. Além disso, é muito comum a realização de festa, pescaria, etc. patrocinado pelas indústrias para conhecer melhor o produtor – o que facilita a introdução de “pacotes” de produtos e serviços – e para criar um laço de amizade e confiança.

É importante destacar que se trata de resultados preliminares, que serão aprofundados ao longo do próximo ano a partir de novas pesquisas de campo, entrevistando um maior número de atores – principalmente produtores rurais, que não foi possível na primeira etapa da investigação.

5 Conclusão

No Paraguai, o mercado da soja se caracteriza pela presença de grandes empresas transnacionais, que permanecem como os principais atores responsáveis pela coordenação da cadeia produtiva, definindo preços, prazos e condições de pagamento. Uma estratégia dessas firmas para negociar com os produtores é através da oferta conjunta de diferentes produtos e serviços (“pacote”

ou “venda casada”), tornando o produtor rural vinculado a uma única empresa, o que tem gerado uma condição de dependência.

Contudo, os produtores apresentam graus diferenciados de dependência. Os produtores médios e grandes encontram-se em uma situação mais confortável, visto que possuem terras mais férteis, dispõem de alto padrão tecnológico, conseguem produtos a um menor custo (pelo volume de compra) e obtêm ganho de escala. Já os pequenos produtores possuem pouca área (impossibilitando ganho de escala), detêm menor poder de negociação e adquirem “pacotes” de alto custo, o que pode provocar endividamento em caso de frustração de safras (dado que é rara a adesão ao seguro).

6 Principais referencias bibliográficas

FOGEL, R.; RIQUELME, M. (2005) *Enclave sojero, merma de soberanía y pobreza*. Asunción: CERI.

ROJAS VILLAGRA, L. (2009) *Actores del agronegocio en Paraguay*. BASE Investigaciones Sociales y Diakonia – Acción Ecueménica Sueca. Asunción.

SOUCHAUD, S. (2007). *Geografía de la migración brasileña en Paraguay*. Asunción, Editora AGR.

TORRES FIGUEREDO, O. A. (2012). *Dictaduras y latifundio en las cuestiones agrarias del Paraguay*. Editorial Academica Española.

VÁZQUEZ, F. (2006). *Territorio y Población: nuevas dinámicas regionales en el Paraguay*. Asunción, Editora AGR.