

EMBRAPA Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
CPATSA Centro de Pesquisa Agropecuária do Tropic
Semi-arido
EMDAGRO Empresa de Desenvolvimento Agropecuario do
Sergipe
CIRAD-SAR Centro Internacional de Cooperação em Pesquisa
Agrônômica para o Desenvolvimento (França)
Departamento dos Sistemas Agroalimentares e Rurais



VALORIZAÇÃO DO LEITE E DERIVADOS NO MUNICÍPIO DE NOSSA SENHORA DA GLÓRIA- SERGIPE

DOCUMENTO 3

VERSÃO PROVISÓRIO

Claire Cerdan ✓
Stéphane Mitternique ✓

julho de 1996

Valorização do leite e ...
1996 FL-PP-00995



CPATSA-44623-1

SUMARIO

1. DESTINOS DA PRODUÇÃO LEITEIRA DO MUNICÍPIO DE NOSSA SENHORA DA GLÓRIA.....	3
2 PEQUENAS EMPRESAS DE PRODUÇÃO DE QUEIJO ARTESANAL.....	9
2.1. ATIVIDADES LOCALIZADAS VALORIZANDO RECURSOS TECNICOS LOCAIS.....	9
2.2 FUNCIONAMENTO E DINAMICA DAS UNIDADES DE PRODUÇÃO.....	19
2.1. As condições de emergência.....	19
2.2 Organização do trabalho.....	21
2.3. Análise econômica das unidades.....	26
3. CONTEXTO ECONÔMICO DA COMERCIALIZAÇÃO DO LEITE E DOS DERIVADOS.....	29
3.1 DIVERSIDADE DOS CIRCUITOS DE COMERCIALIZAÇÃO DO LEITE.....	30
3.2. OS PRINCIPAIS ATORES DA CADEIA.....	33
3.3 ANALISE DOS PRECOS	37
CONCLUSÃO.....	38
OS ANEXOS.....	43

VALORIZAÇÃO DO LEITE E DOS DERIVADOS NO MUNICÍPIO DE NOSSA SENHORA DA GLÓRIA-SERGIPE

INTRODUÇÃO

O leite apresenta hoje um dos principais vetores de integração ao mercado da agricultura familiar nordestina da região sertaneja do Sergipe. O diagnóstico rápido dos circuitos de comercialização desse produto, realizado em outubro 94, mostra um setor leiteiro juntando, num espaço reduzido, unidades de produção agrícolas, pequenas empresas e grandes multinacionais. O diagnóstico identifica o papel das fabriquetas no sistema de comercialização do leite, especificamente na fixação e na regulação dos preços do leite e dos derivados, ao nível dos produtores. No mês de outubro 1994, o estudo avaliou que 63% do volume do leite produzido em Nossa Senhora da Glória vai para as fabriquetas e faz destas, o principal destino da produção leiteira no município evidenciando assim, a importância do setor informal no escoamento dessa produção do município (Caron et al, 1994).

O presente estudo, realizado a partir de um diagnóstico rápido, tem como objetivo geral a análise do funcionamento dessas pequenas empresas. Mostra-se a importância dessas unidades na valorização das potencialidades locais, analisa-se o seu funcionamento e identifica-se os diferentes tipos de relações que existem entre elas e o ambiente econômico. Analisar-se o papel das fabricantes na valorização dos recursos técnicos locais que podem ser definidos como o patrimônio técnico de uma sociedade num momento histórico dado. Este patrimônio técnico está localizada geograficamente e caracterizado culturalmente, tendo um carácter evolutivo (Muchnik, 1995).

A metodologia do estudo considera essas unidades de produção de queijo como agroindústrias rurais. *"As agroindústrias rurais são pequenas ou médias empresas agro-alimentares localizadas em zonas rurais descentralizadas, dirigidas pelos produtores individualmente ou coletivamente, ou por um empresário rural privado valorizando os produtos agrícolas"* (Muchnik, 1995) Essas empresas trabalham com os produtos de alimentação de base e com os produtos para a exportação. Elas tem um papel importante no desenvolvimento local em termos

de criação de emprego e de renda, permitindo responder a uma demanda do mercado.

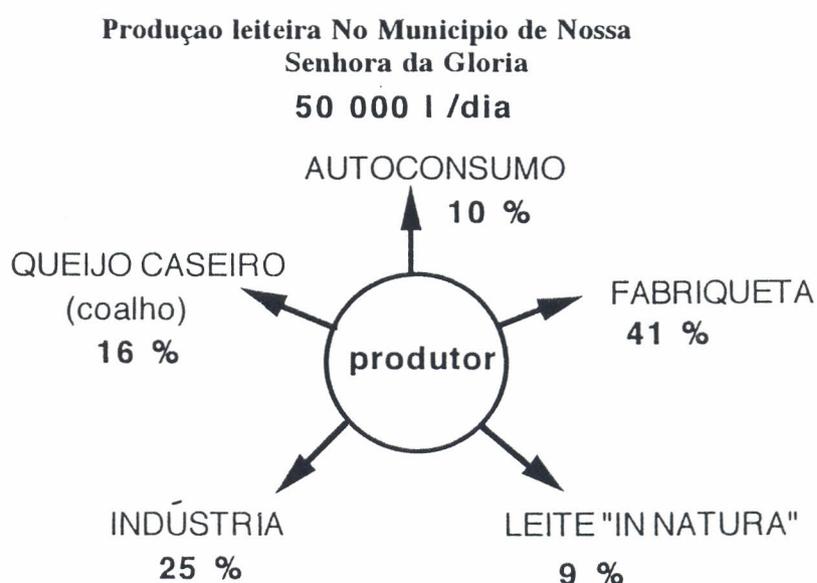
Do ponto de vista metodológico, essas empresas apresentam especificidades : não são simples reduções do modelo da grande empresa e existe uma grande diversidade de forma de funcionamento. Diante dessas especificidades, optou-se por opções metodológicas que consistem realizar um diagnóstico usando duas escalas de observação (ao nível da unidade de produção e ao nível do conjunto dessas pequenas unidades de produção). Isto porque não se pode entender o funcionamento de uma unidade de produção sem apreender o seu papel no conjunto das unidades. Da mesma maneira, não se pode entender o funcionamento desse conjunto sem entender as unidades individualmente (Muchnik, 1995). O diagnóstico baseia-se sobre um levantamento dos produtos elaborados, os processos usados e as organizações socio econômicas.

O trabalho de campo baseia-se sobre um censo realizado com as pequenas empresas em atividade no município e várias entrevistas semi-abertas com todos os donos das fabriquetas. Algumas entrevistas mais aprofundadas permitiram avaliar a rentabilidade de três unidades de produção. As entrevistas com os outros agentes da cadeia permitiram considerar o contexto econômico da comercialização de queijos no município de Nossa Senhora da Glória e na região nordeste.

1. DESTINOS DA PRODUÇÃO LEITEIRA DO MUNICÍPIO DE NOSSA SENHORA DA GLÓRIA

Através do diagnóstico rápido, foram identificados cinco destinos possíveis para a produção de leite ao nível da propriedade : autoconsumo, fabricação de queijo caseiro, venda de leite "in natura" no mercado local, venda para a indústria ou para as fabriquetas (figura 1).

Figura 1 : Destino da produção leiteira do Município de Nossa Senhora da Glória em agosto de 1995



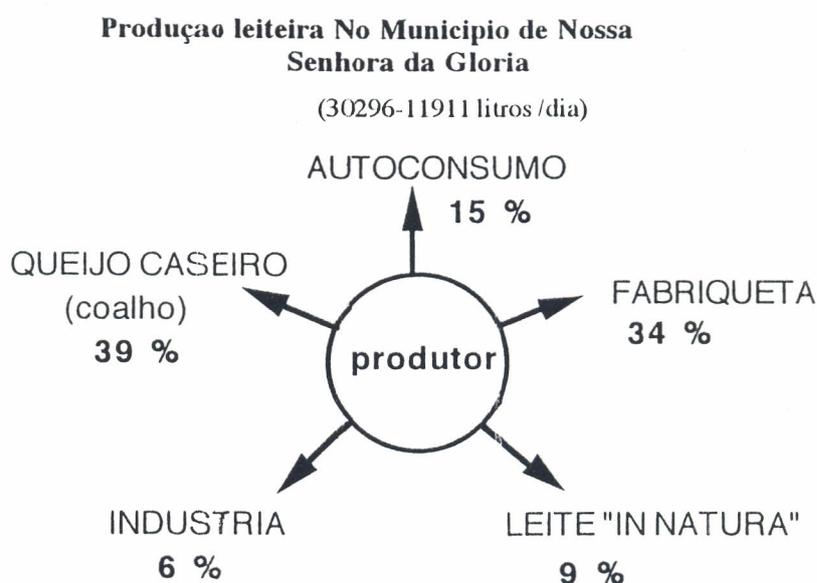
O levantamento realizado a partir de uma tipologia dos pequenos produtores (< 200 ha) evidenciou que mais de 56% dos pequenos produtores optem uma renda a partir da venda do leite e do bezerro. O quadro 1 mostra a distribuição dos pequenos produtores em função do volume produzido e do destino do leite durante o período sêco.

Quadro 1 : Distribuição (%) dos pequenos produtores em função do volume de leite produzido por dia e o destino de leite (durante o período sêco)

	consumo	fabriqueta	indústria	queijo	leite "in natura"	sem leite	total
0-10 l/dia	40,4	14,6	2	32,0	4	7	100 %
10-20 l/dia	0,9	35,8	6,8	51,4	5,1	0	100%
20-100l/dia	0	50,0	7,8	32,8	9,4	0	100%

A partir dos dados do quadro 1 avalia-se a distribuição dos diferentes destinos do leite para os pequenos produtores (figura 2)

Figura 2 : Destino da produção leiteira para os pequenos produtores do município de Nossa Senhora da Glória calculados a partir dos dados da tipologia



A comparação das duas figuras evidencia que para os pequenos produtores os dois principais destinos do leite são os queijos caseiros e as fabriquetas, confirmando assim, o papel chave desses dois destinos no desenvolvimento da produção leiteira e a sua estabilização. A maioria das grandes e médias propriedades fornece o leite para a indústria.

As estratégias de escoamento da produção estão influenciadas por fatores ligados a unidade de produção em si, tais como:

- **a estrutura da propriedade:** o número de animais e o seu manejo resultam no volume e na variabilidade da produção ao longo do ano, que são determinantes para escolher o destino do produto. Se o volume é pequeno e a variabilidade alta, a tendência é para o autoconsumo ou a produção de queijo caseiro de acordo com o saber-fazer dos produtores. A escolha depende também da existência da criação de suínos que, geralmente, leva o produtor a optar por um destino que permite recuperar o soro do leite, seja através da fabricação do queijo caseiro, seja através da venda do leite para a fabriqueta que devolve o soro no dia seguinte. A disponibilidade de mão-de-obra, indispensável para a fabricação do queijo ou para o transporte do leite, assim como a existência de um meio de transporte são outros fatores que influenciam a tomada de decisão do produtor.

- **a localização da propriedade:** a proximidade da unidade de produção com relação as infraestruturas rodoviárias, aos circuitos de coleta (das indústrias ou das fabriquetas) e a sede do município condicionam o escoamento cotidiano da produção. Certas localizações oferecem oportunidades de comercialização do leite "in natura" diretamente na cidade ou nos povoados com um preço de venda maior (0,50-0,60 reais/litros contra de 0,15 a 0,25 reais/litros, pago pelas indústrias e fabriquetas).

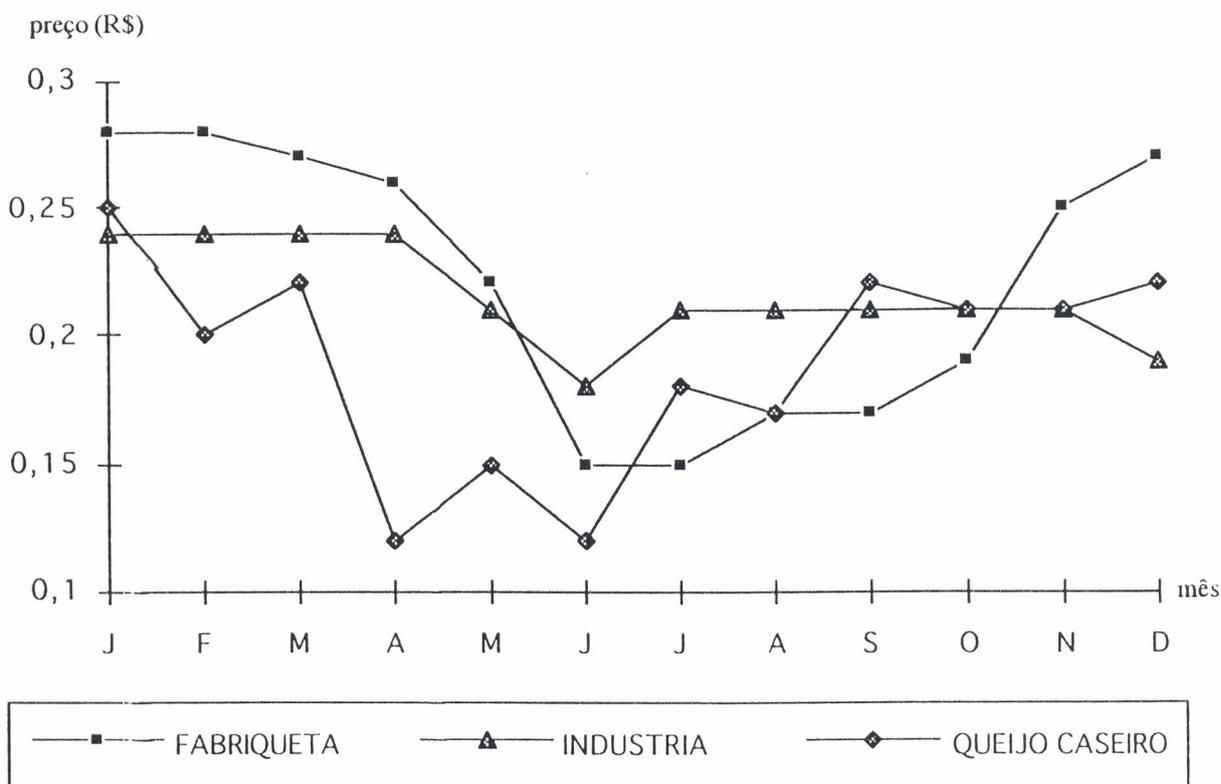
- **a qualificação do produtor:** o destino do leite no município de Nossa Senhora da Glória varia também de acordo com a capacidade do produtor para diversificar ou valorizar a sua própria produção. Dois casos são encontrados: 1) o produtor só tem competência em matéria de produção, podendo diversificar a sua produção, associando à produção de leite o cultivo de produtos agrícolas (sorgo para silagem) ou a criação de outros tipos de animais (suinocultura, aves). 2) O produtor tem competência em outros tipos de atividades: sabe fazer o queijo, tem o hábito de comercializar a sua produção, tem um conhecimento dos principais circuitos de comercialização do queijo ou do leite.

As estratégias de escoamento da produção estão influenciadas também por fatores externos em si, tais como:

• **O preço do leite**

O preço do leite ao nível do produtor varia muito em função da sua oferta no município. A produção varia bastante entre no período chuvoso e da seca, o que acarreta uma forte concorrência pelo acesso a essa matéria prima (figura 3 e 4)

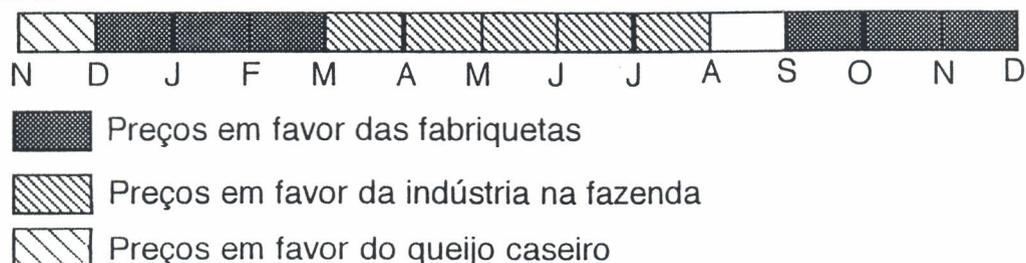
figura 3 : Evolução do preço do litro de leite na fazenda a longo do ano 1995.



O preço do leite oferecido pelas fabriquetas apresenta grande variação, de 0,15 a 0,29 reais. O preço da indústria aparece muito mais estável (0,18 a 0,24 reais) com dois períodos, janeiro-abril e julho-novembro onde o preço se estabiliza em 24 e 18 centavos respectivamente. O preço do litro de leite para o queijo de caseiro variou de 0,30 reais em dezembro de 1994 a 0,12 reais em abril e junho de 1995 considerando o preço do queijo de coalho e que o produtor precise de 10 litros de leite para obter 1 kg de queijo.

O cruzamento dessas séries de preços permite identificar e entender a dinâmica da concorrência entre as fabriquetas e a indústria.(figura 4)

Figura 4: Jogo de concorrência entre os principais destinos função do preço do leite ao produtor



Pode-se verificar que as fabriquetas oferecem aos produtores o melhor preço no município durante 6 meses (setembro a março) e a indústria oferece um preço mais estável e um melhor preço durante 5 meses. Em setembro 1995, os preços do leite na fazenda coletado pelas fabriquetas, pela indústria e para o queijo caseiro ficaram os mesmos.

Isso pode ajudar a entender a não fidelidade dos pequenos produtores por um destino específico. Considerando o caso de um produtor do tipo II produzindo 17 litros por dia no período da seca e 30 litros por dia no período chuvoso. A sua receita anual leiteira pode variar de R\$ 1436 a R\$ 1678 segundo o destino de escolha (quadro 2)

Para esse produtor, a receita anual mais interessante seria vender ao maior preço oferecido pela indústria e pelas fabriquetas. Isso permitiria ao produtor de ter uma receita leiteira anual bruta de 1800 R\$.

Esse cálculo pode explicar porque vários produtores do município têm uma estratégia de venda com "pluri-destino" da produção. É claro que esse tipo de estratégia é difícil de ser gerenciado ao nível de uma fabriqueta e, ainda mais ao nível da indústria.

Vale ressaltar que esse cálculo é relativamente fictício. Na realidade, outros fatores influenciam a estratégia de venda do produtor. Assim, no caso da venda do leite para uma fabriqueta, o pagamento é feito no final de semana, antes da feira e em espécie; enquanto que, no caso da venda a uma indústria, não somente o pagamento é realizado por quinzena como é feito em cheque. As primeiras conclusões da análise comparativa dos preços devem ser relativizadas.

Quadro 2 : Variações da receita leiteira anual de um produtor (Tipo II) em função do destino do leite

mes	prod diaria litro /dia	prod por mes litro/mes	receita mensal com venda à indústria (R\$)	receita mensal com venda a fabriqueta (R\$)	receita mensal com queijo caseiro (R\$)	receita mensal com o melhor preço oferecido (R\$)
D	17	510	132,6	142,8	153	153
J	17	510	122,4	142,8	127,5	142,8
F	17	510	122,4	137,7	102	137,7
M	17	510	122,4	132,6	112,2	132,6
A	23,5	705	169,2	155,1	84,6	169,2
M	30	900	189	135	135	189
J	30	900	162	135	108	162
J	30	900	189	153	162	189
A	23,5	705	148,05	119,85	119,85	148,05
S	17	510	107,1	107,1	112,2	112,2
O	17	510	107,1	127,5	107,1	127,5
N	17	510	107,1	137,7	112,2	137,7
total		7680	1678	1626	1436	1800
receita media por mes			140	136	120	150

Outros fatores, como **os serviços oferecidos** pelos compradores, vão influenciar a estratégia de comercialização dos produtores. Pode-se citar o transporte do leite, o fornecimento do soro ou o acesso ao crédito para ração alimentar do rebanho.

Existem também limites na liberdade de escolha do destino do leite. No período chuvoso, uma boa parte dos pequenos produtores ficam em situação defavorável por causa das estradas que ficam impraticáveis para os veículos motorizados. Os fretistas não podem atender-los.

A concorrência entre os atores da cadeia ao nível do acesso a matéria-prima pode ser resumida, para a maioria dos pequenos produtores, à uma concorrência "fabriqueta/queijo caseiro". Essa análise permite entender, do outro lado, a persistência das fabriquetas ao lado do desenvolvimento das grandes indústrias.

2 PEQUENAS EMPRESAS DE PRODUÇÃO DE QUEIJO ARTESANAL

2.1. ATIVIDADES LOCALIZADAS VALORIZANDO RECURSOS TECNICOS LOCAIS

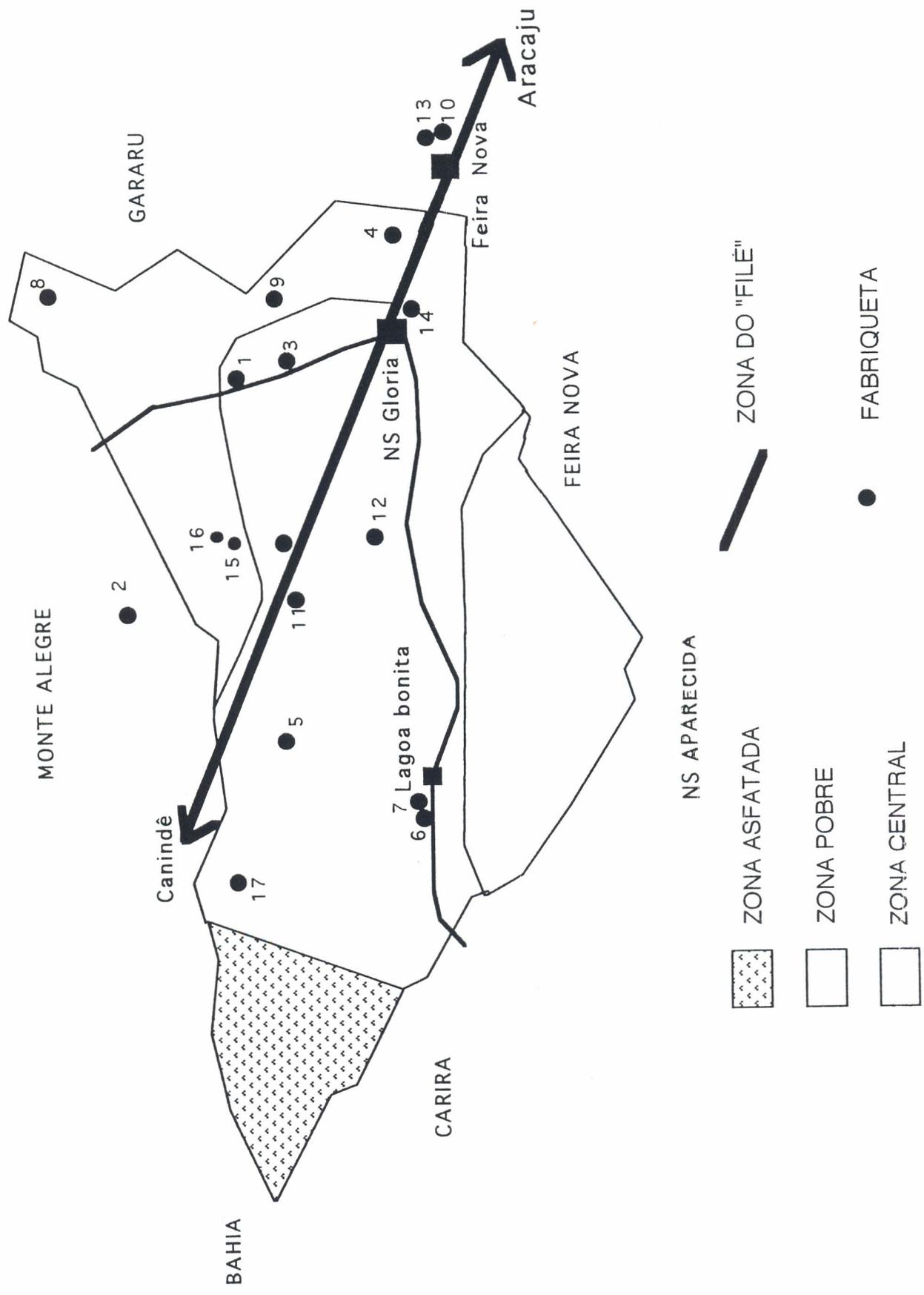
2.1.1. Censo das unidades

Todas fabriquetas em atividade no período da pesquisa foram recenseadas, localizadas numa mapa do município. Os donos das fabriquetas foram visitados entre fevereiro e abril de 95. Uma segunda visita, em julho, permitiu avaliar a evolução dos volume de leite entre o periodo sêco e o chuvoso.

O censo identificou 17 unidades que se distribuem de maneira diferente no município. A figura 5 apresenta o zoneamento que foi realizado através entrevistas com pessoas chaves no diagnóstico rápido (Caron et al, 1995). As 17 fabriquetas cobrem a maior parte do município onde a zona central e a proxima da estrada são mais beneficiadas. As duas zonas de solos mais pobres e a zona mais afastada da sede do município têm uma produção leiteira mais baixa e correspondem aquelas a onde os produtores fazem o queijo caseiro (queijo de coalho).

Essa distribuição reflete a produção leiteira e não há um qualquer relação de complementaridade com as linhas de frete da indústria. Entretanto, foram evidenciado alguns fabricantes que têm o vantagem de coletar o leite a onde os fretistas não podem passar mas, alguns outros encontram uma concorrência direta com a indústria.

Figura 5 : LOCALIZAÇÃO DAS FABRIQUETAS NO MUNICIPIO DE NOSSA SENHORA DA GLORIA



O zoneamento do município de Nossa Senhora da Glória

O zoneamento do município permite evidenciar:

- uma zona central de maior intensidade de produção, com destaque para uma área margeando a única estrada asfaltada do município (Aracajú, Nossa Senhora da Glória, Canindé) ;
- uma zona periférica (sul e leste) caracterizada por solos mais pobres e uma produção menor ;
- uma zona periférica (oeste) cortada pela estrada asfaltada e caracterizada por uma produção pouco expressiva ;
- um numero importante de fabriquetas espalhadas por todo o município

Fonte : (Caron et al, 1995)

1.2. Valorização dos recursos locais

A análise do destino do leite dos pequenos produtores evidenciou a importância e o papel das fabriquetas na garantia de escoamento da produção. Essa valorização encontra-se em diferentes níveis : na matéria prima, no mercado, no saber fazer técnico.

• *A valorização de um materia-prima em produtos específicos*

Os produtos das fabriquetas são de dois tipos : os produtos leiteiros e os produtos da criação de porcos. Os principais produtos leiteiros são os queijos :

"O queijo é o produto obtido do leite integral ou parcialmente desnatado, coagulado natural ou artificialmente, adicionado ou não de substâncias químicas permitidas, e submetido as manipulações necessárias para a formação das características próprias" ..

A finalidade da fabricação do queijo é uma conservação da materia-prima por mais tempo, uma consumo indireta e posterior a sua produção do leite com propriedades novas.

O tipo de queijo mais comum na região de Nossa Senhora da Glória é o **queijo de coalho** que é tradicionalmente o queijo caseiro. O queijo de coalho é uma massa crua obtida por coalho. A apresentação mais comum é uma forma retangular de 25x 20x 6cm que pesa mais ou menos 3 kg. Existe uma grande variação do peso desse queijo em função do volume do leite do produtor, podendo o produto pode ficar abaixo de 500g.

O **requeijão** é também um queijo antigo na região. Ele é um produto obtido a partir do leite parcialmente destanado por fermentação ácida e cozido na manteiga. Existe uma produção caseira "o requeijão fazenda" e uma produção que caracteriza mais os produtos das fabriquetas. A forma de apresentação daquele é retangular com um peso que varia entre 4 a 17 kg. As formas mais comuns são os latões de oleo.

A **mussarela** é um queijo que apareceu na região da Nossa Senhora da Gloria durante os anos 90-92 quando ocorreu uma grande seca no sul do país. Queijo típico do sul (sob influência italiana), ele é principalmente usado na preparação das pizzas. As fôrmas de apresentação são retangular 30x15x15 cm. (4kg)

A **manteiga** é elaborada a partir do creme do leite destanado, na preparação do requeijão. Existem dois tipos de manteiga : a manteiga sólida e a manteiga líquida em garrafa.

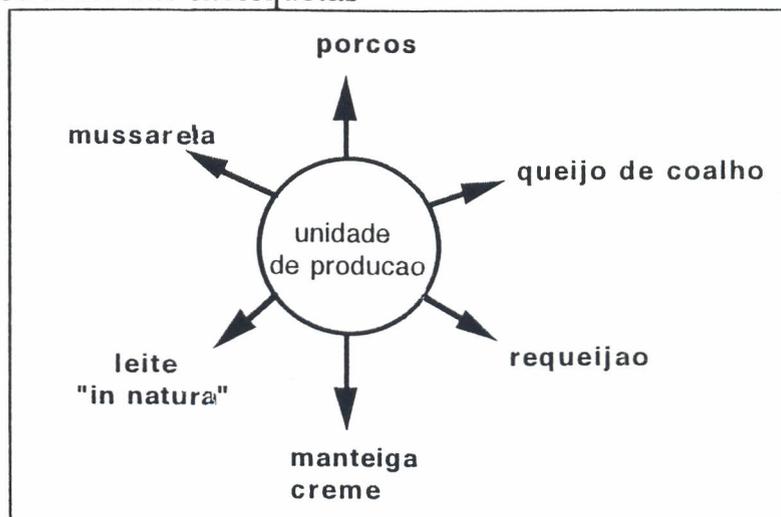
O **leite** pode ser um produto da fabriqueta quando o preço do queijo é muito baixo. Nesse caso, o fabricante continua a coleta do leite mas prefero revende o leite "in natura" para a indústria o na cidade. Entretanto, isso acontece raramente (3 fabricantes).

O **creme do leite**, que não entre na fabricação da manteiga, pode ser também vendido pelos fabricantes. Quando há uma demanda específica.

O **soro** é um sub produto da fabricação do queijo. Ele tem uma importância para os fabricantes como para os produtores na alimentação para a criação dos porcos.

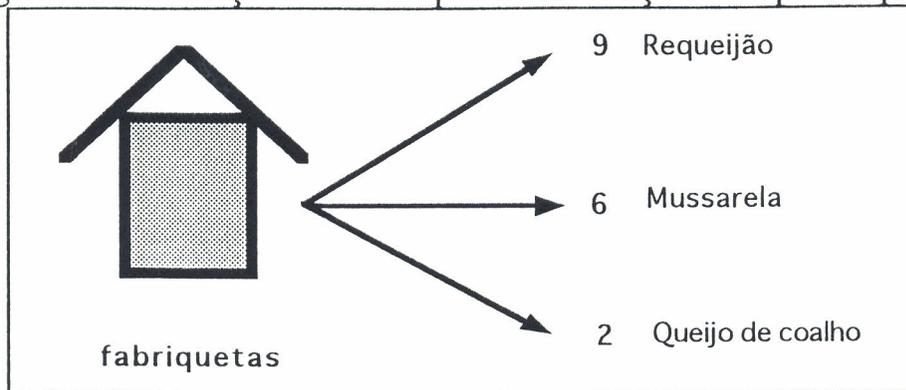
A **produção de queijo está sempre associada à criação de porcos** a partir do soro que permite, na realidade, assegurar a viabilidade econômica dessas unidades.

Figura 6 : Os produtos das fabriquetas



A maioria das fabriquetas é especializada em um tipo de queijo. A metade das fabriquetas nove delas fazem o processamento do requeijão e da manteiga, enquanto cinco fabricantes são especializados no processamento da mussarela e três fazem o queijo de coalho. (figura 7)

Figura 7: distribuição das fabriquetas em função do tipo de queijo



- Cinco fabricantes fazem dois tipos de queijo : um queijo durante o ano todo e o outro de maneira mais estacional em função da demanda dos comerciantes.

• *A valorização de um mercado ligada a uma demanda específica*

O mercado consumidor está cada vez mais segmentado, mais complexo, tanto para o leite como para os seus derivados. Observam-se **três grandes tendências** que podem ser assim descritas:

A primeira situação caracteriza-se por uma preferência dos consumidores por produtos industriais com um padrão único, uma forma de acondicionamento, de uso mais fácil (produto pronto para comer), prático (queijo quadrado, já apresentado em fatias, leite numa embalagem compacta, quadrada, do tamanho do compartimento da porta da geladeira) e de longa conservação, o que permite uma melhor gestão do abastecimento da casa. Essa tendência é uma consequência do modo de vida moderno. O desenvolvimento rápido das grandes indústrias, das grandes centrais de distribuição ilustram essa primeira tendência.

O segundo tipo de mercado faz referência a uma tradição nordestina que passou do campo para a cidade. Hoje, no seu modo de vida urbana, o consumidor fica com uma parte da identidade nordestina rural. Essa continuidade se traduz no mercado através de uma procura específica por produtos artesanais do campo (queijo de coalho, requeijão, manteiga de garrafa, entre outros).

A terceira tendência consiste em formas específicas de utilização dos produtos tradicionais. Pode-se citar, como exemplo, o mercado de queijo de coalho assado, vendido nas praias e que tem se desenvolvido com o crescimento do turismo no Nordeste.

Vale considerar a existência complementar desses diferentes tipos de mercados para entender a dinâmica de toda a cadeia leiteira. A co-existência de mercados diferentes que não têm a mesma ordem de grandeza, em termos de volumes e de valores atribuídos, ajuda a entender as relações entre os sistemas de produção e o mercado. É importante afirmar que hoje, as exigências de qualidade não são as mesmas para cada tipo de mercado e que o desenvolvimento de cada um, passa por **um maior controle de qualidade** e que vai exigir, obrigatoriamente, uma melhoria da qualidade dos queijos e dos outros produtos artesanais e até do próprio leite que vai para a indústria.

Quadro 3 : os principais mercados dos produtos das fabriquetas.

<i>produtos</i>	<i>mercados</i>	<i>estacionalidade</i>
<i>queijo de coalho</i>	local regional	- forte (ligada a demanda no verão)
<i>Requeijão</i>	local regional	- -
<i>Manteiga, Manteiga garrafa</i>	local regional	- -
<i>Mussarela</i>	regional nacional	- forte(preço ligado a oferta do sul, variação conjuntural)
<i>Leite</i>	local indústria	- +

• *A valorização dos saber-fazer local*

A criação de uma micro ou pequena empresa precisa ter ou adquirir uma série de meios : saber-fazer, capital, matéria-prima, conhecimento e acesso as informações sobre os mercados.

Todos os tipos de queijos necessitam um conhecimento e um domínio das práticas dos processos de transformação do leite em queijo específico. Todos queijos levados em Nossa Senhora da Glória têm características diferentes ao nível do processamento.

A transformação do leite em queijo de coalho é um processamento simples (pouco trabalho, pouco investimento). A produção de requeijão é demorada, de processamento pesado e requer um nível de capital elevado por causa da

aquisição da destanadeira. A fabricação do queijo mussarella apresenta um processamento mais difícil de ser dominado.

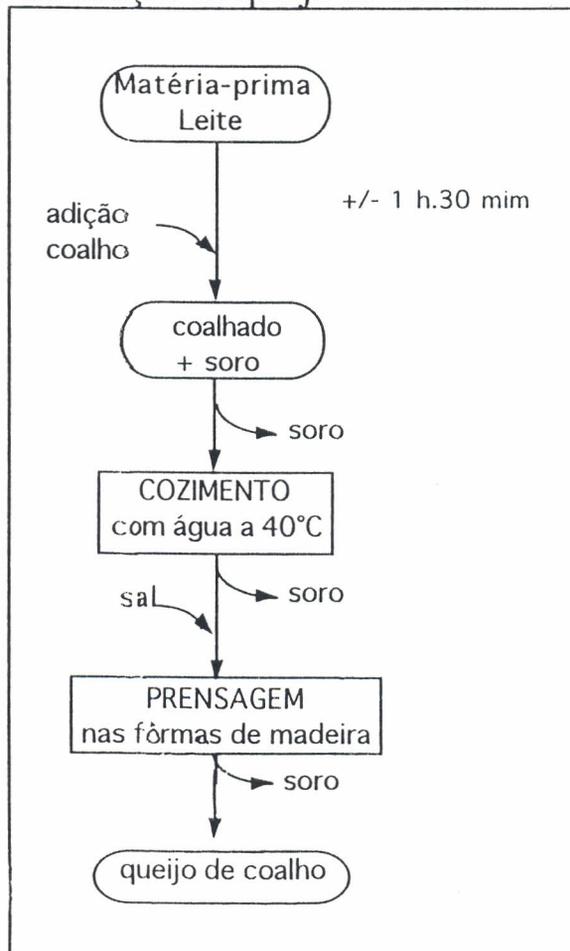
- O processo do queijo de coalho

Equipamento das fabriquetas:

1. água, pia para lavar vasilhames, formas,
2. tanque
3. prensa
4. Fôrmas de madeira para queijo
5. coalho, sal, sacos de plástico

Rendimento : 10 litros de leite para 1 kg de queijo de coalho

figura 8 : o processo de fabricação de queijo de coalho



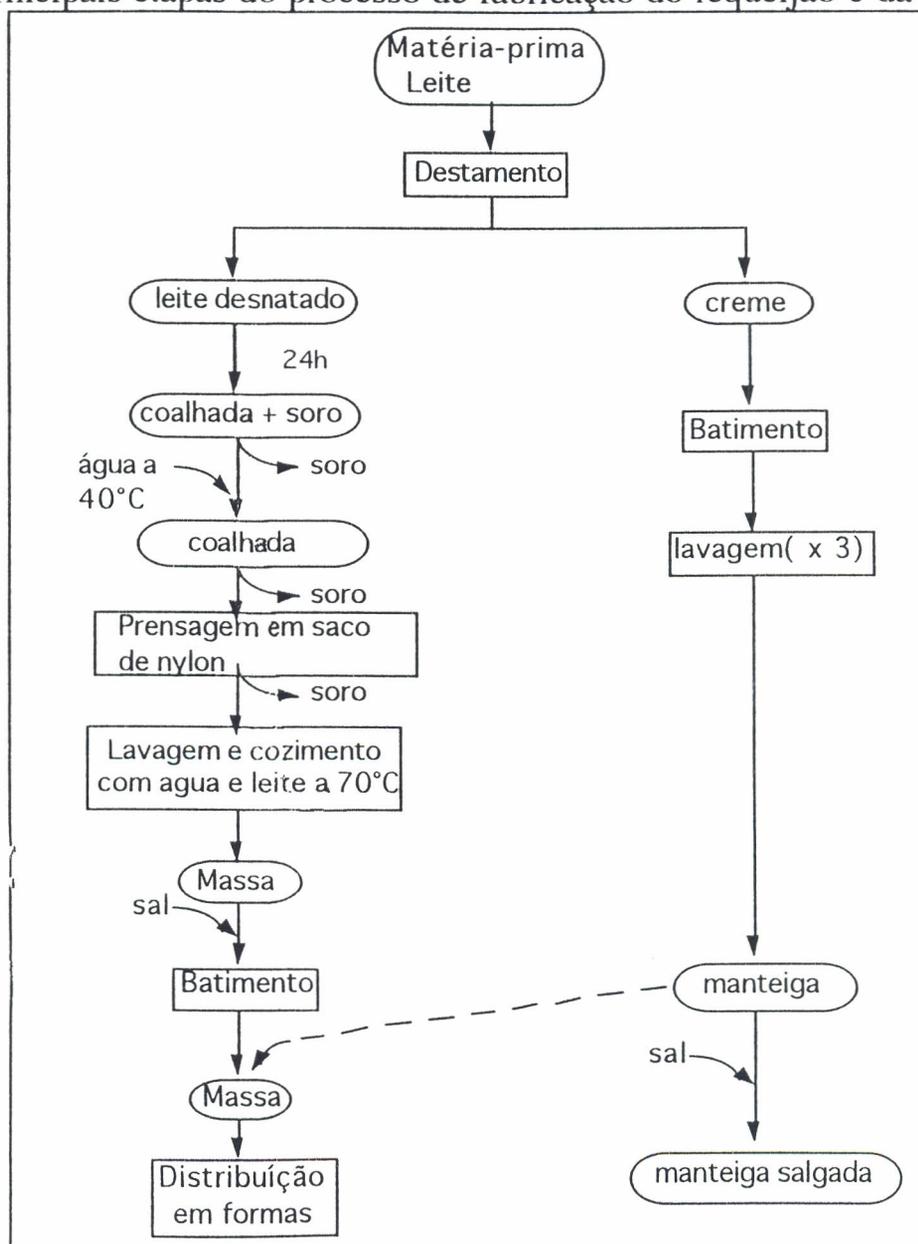
- o processo de fabricação do requeijão e da manteiga

Equipamento das fabriquetas:

1. água, pia para lavar vasilhame, fôrmas,
2. tanque
3. desnatadeira
4. Fôrmas para queijo (latões ou fôrmas de plástico de 4 kg)
5. sal
6. tacho
7. geladeria

Rendimento da transformação : 12-13 litros de leite para 1 kg de requeijão

Figura 9: Principais etapas do processo de fabricação do requeijão e da manteiga



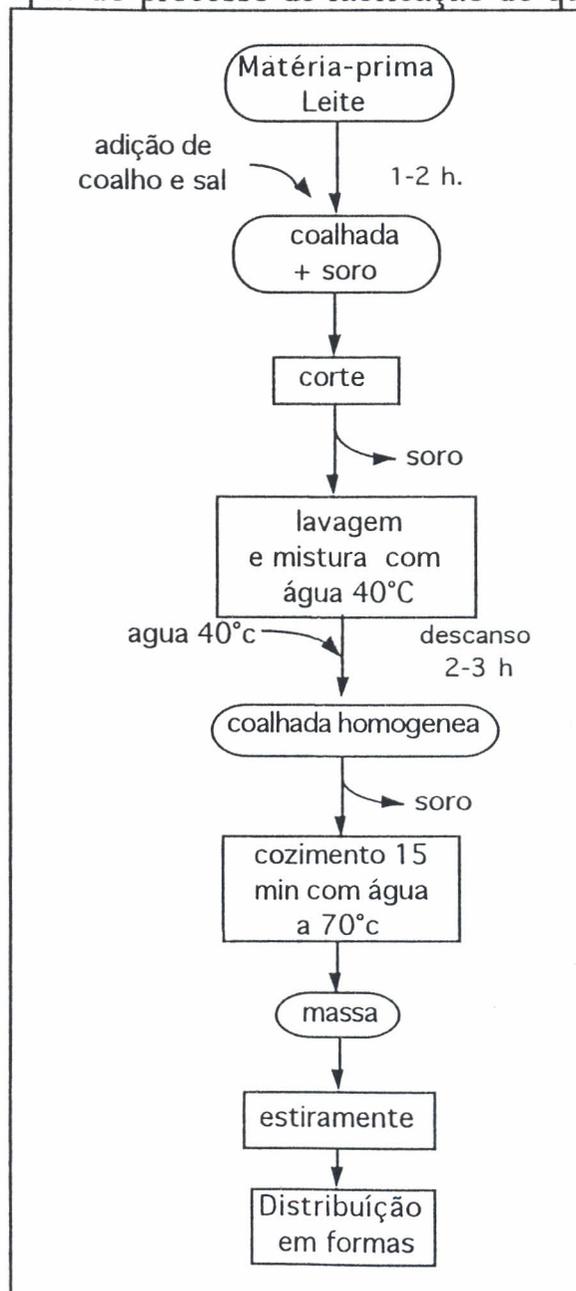
- o processo de fabricação do queijo mussarela

Equipamento das fabriquetas:

1. água, pia para lavar vasilhames, formas,
2. tanque
3. Fôrmas para queijo (formas de plástico de 4 kg)
4. coalho, sal, sacos de plástico
5. tacho
6. salvadeira
- 7 Freezer

Rendimento da transformação : **8,5 litros de leite para 1 kg de mussarela**

Figura 10: Principais etapas do processo de fabricação do queijo mussarela



2. FUNCIONAMENTO E DINAMICA DAS UNIDADES DE PRODUÇÃO

2.1. As condições de emergência

Os donos dessas pequenas empresas tem entre 25 e 45 anos. Todos tinham outra atividade antes, o que permitiu a eles obterem os meios para a criação da empresa.

Assim, quando eles iniciaram a atividade, já sabiam e dominavam o processamento de um tipo de queijo e tinham capital suficiente. A aprendizagem do processamento foi realizada segundo vários caminhos: a maioria aprendeu na indústria ou numa outra fabriqueta. Sempre a fabriqueta tem um empregado assalariado para ajudar e trabalhar na unidade, tomando conta da coleta do leite do processamento do queijo e da criação dos porcos. Vários empregados saíram das fabriquetas após um certo tempo de atividade para montar a sua própria empresa. Cabe colocar que através dessa relação empregado-dono existe uma difusão do saber-fazer local permitindo de manter uma riqueza dos recursos técnicos locais.

A criação dos porcos aparece com um fator de emergência das fabriquetas. A ampliação do número de suínos conduz ao seu proprietário a investir na fabricação do queijo para ter um duplo aproveitamento da transformação leiteira, vendendo o queijo e usando o soro para a alimentação dos animais.

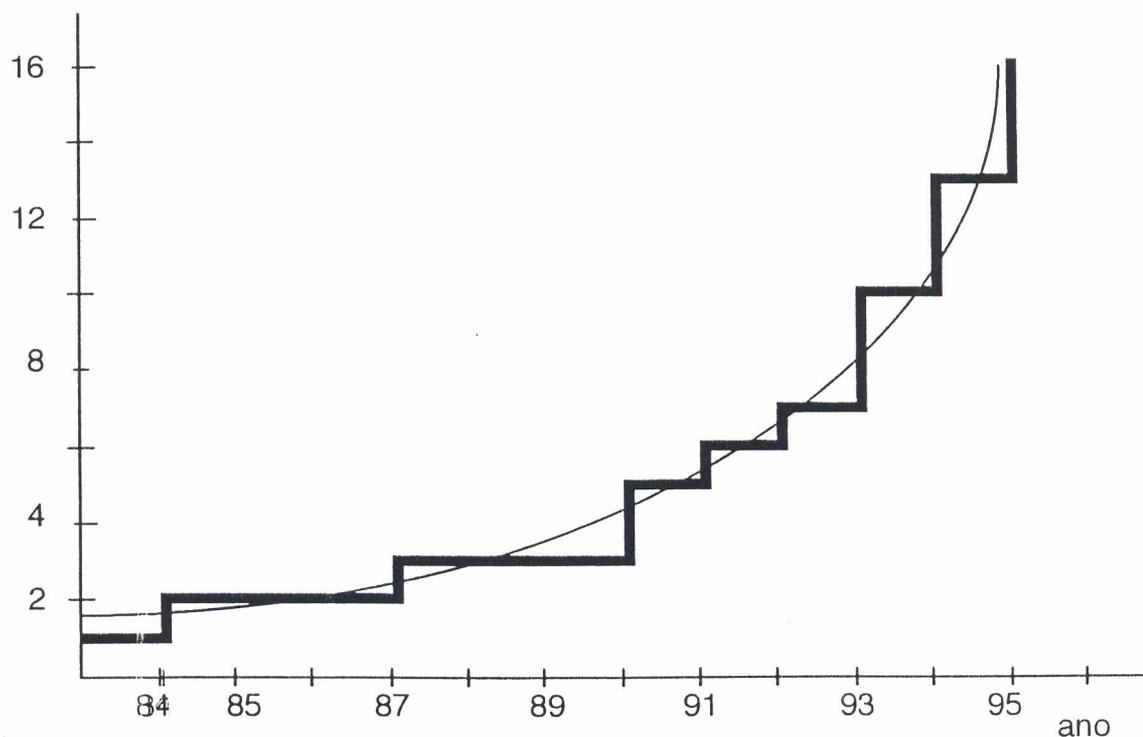
A dinâmica da feira dos queijos de Nossa Senhora da Glória pode ser considerada como fator incitativo da emergência dessas empresas. O crescimento do mercado local (Gloria, Aracajú) e a influência dos grandes mercados urbanos consumidores de queijo (Recife, Salvador, Feira de Santana) conferem a feira de Nossa Senhora da Glória, uma importância regional.

Pode-se citar também como condições de emergência das fabriquetas, a pavimentação da estrada entre e o município de Nossa Senhora da Glória e Aracajú para o escoamento da produção queijeira. E enfim, a implantação da indústria que pode ter um impacto positivo através do estímulo a produção leiteira para os médios e grandes produtores.

Observa-se um crescimento paralelo da importância das indústrias e das pequenas empresas de fabricação de queijo, especificamente no município de Nossa Senhora da Glória que pode estar ligada a predominância dos pequenos

produtores no município que, como foi evidenciado antes, não correspondem ao padrão de produção procurado pelas indústrias .

Figura 11 : Evolução do numero de fabriquetas em atividade no município em função da data de criação
numero de fabriqueta



Pode-se afirmar que o processamento do queijo no campo ao nível artesanal (não só ao nível familiar) é antigo. Conforme a figura 10, existe um crescimento importante a partir de 1993. Duas fabriquetas tem oito e onze anos em atividade. As outras iniciaram o processamento do leite entre 1 a 3 anos atras. Cinco delas têm entre 3 à 11 meses de atividade.

Os dados da figura 10 não contemplam todas as iniciativas de criação de empresas. Algumas delas existiram durante um tempo determinado e que desapareceram antes do período da realização da pesquisa. Sem dúvida, o numero de fabriquetas criadas entre 1984 e 1995 devem ser maior. Conhecendo-se a precariedade dessa atividade, supoe-se que um grande numero delas fracassaram.

Existem duas formas de montar-se uma empresa desse tipo : à partir de um capital determinado, o proprietario constro uma casa e um chiqueiro para os porcos. A segunda maneira é de comprando uma estrutura já existente de uma fabriqueta completa (com o equipamento e o chiqueiro). Hoje, essa segunda via é

a mais comum. Existe um numero estável de fabriquetas com uma rotação relativamente rápida dos donos. As vezes a escolha do tipo de queijo processado dá-se mais em função do equipamento da fabriqueta comprada do propriamente no domínio real do processo, pelo proprietário.

Para reunir o capital necessário a aquisição das fabriquetas entrevistadas nove dos 17 proprietarios operam-se ase basearam sobre a venda de terra ou de vacas e cinco deles aproveitaram-se do comércio dos porcos e um do comércio do leite (fretista).

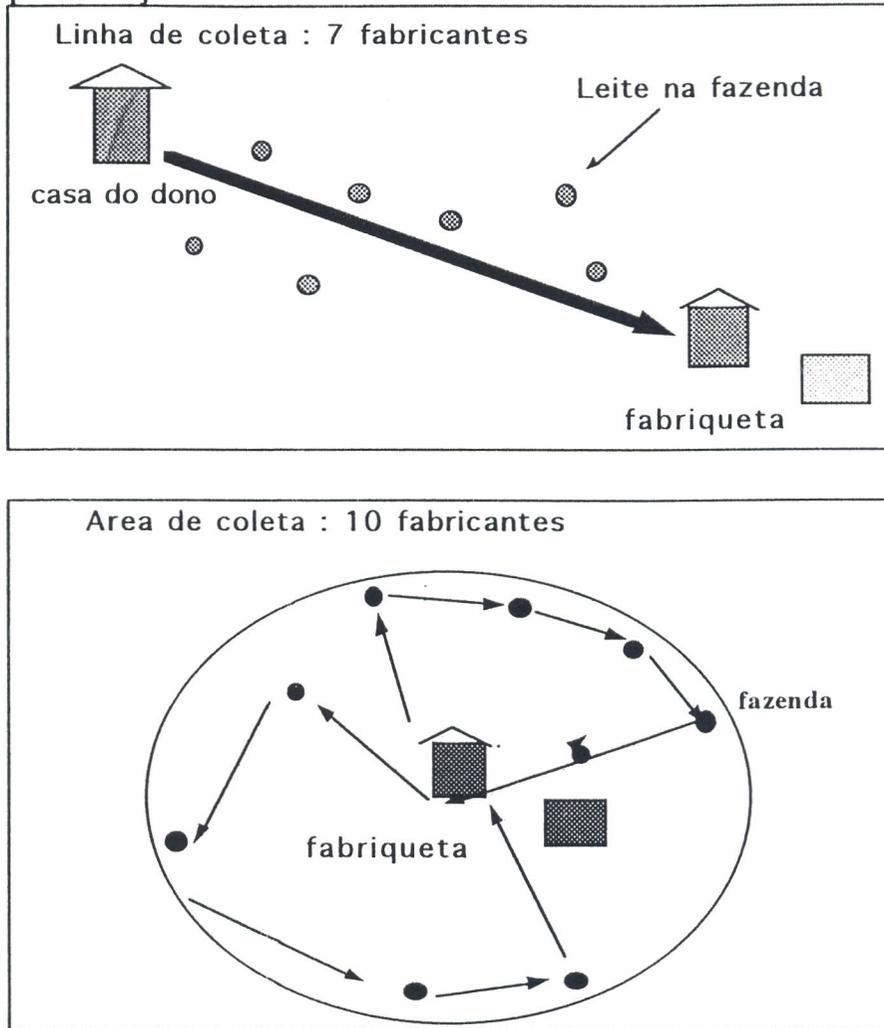
2.2 Organização do trabalho

As fabriquetas são pequenas unidades de transformação de leite em queijo que tratam um volume de 12.000 e 20.000 litros por dia, sendo que cada uma das 17 unidades identificadas recebe entre 100 a 2.000 litros diariamente. No período sêco (março de 1995), as fabriquetas coletaram 12.800 litros em 390 propriedades. Estima-se uma media de 23 produtores por fabriquetas mas esse número varia entre 2 e 62.

Quadro 4: número de produtores /fabriquetas e o volume coletado

nº de produtores por fabriquetas	nº de fabriqueta	volume total coletado pelas fabriquetas (litros)	quantidade de leite litros / produtores
1-10	2	1060	58
11-25	9	6640	49
26-40	3	3080	231
40-62	2	1800	15

A coleta do leite é feita pela manhã. Os proprietários e os empregados das fabriquetas recolhem o leite de carroça ou de carro nas portas das fazendas. Considerando todas as fabriquetas, as linhas de coleta perfazem um percurso diário de quase 800 km. A média é de 47 km por dia e por fabriquetas podendo variar de 0 a 120 km. Evidenciou-se dois tipos de estratégias de coleta do leite : o fabricante tem um linha de colheta e quando ele vai para a fabriqueta, ele recolhe o leite dos produtores que ficam ao longo da estrada ou da pista. Um dono pode ter um ou dos linhas de coleta. O fabricante ou o empregado faz a colheta em volta da fabriqueta numa area de 3 a 5 km. (figura 11)

figura 1^a : representação da linha e area de coleta

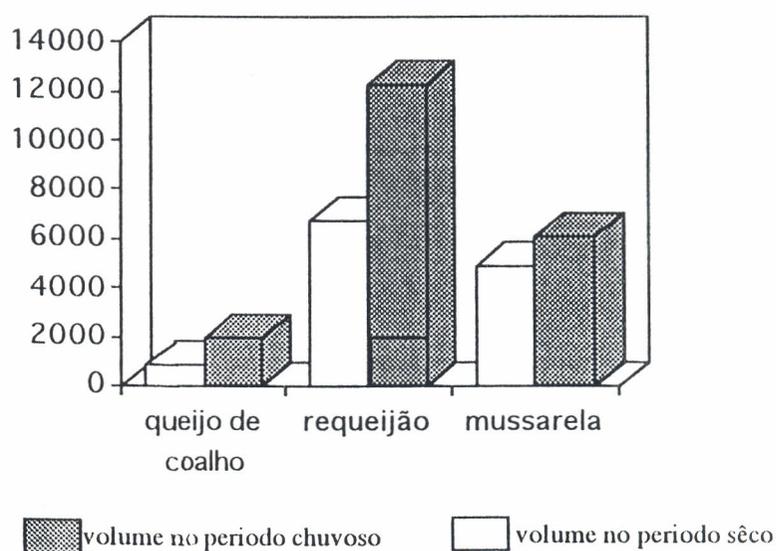
Para realizar o percurso diário de coleta e a comercialização dos produtos, os fabricantes têm uma carroça e a maioria, uma camioneta. As carroças são sempre usadas para a coleta. O carro é mais usado para o transporte do queijo. Na repartição das tarefas, os empregados vão buscar o leite num percurso dado e enquanto o dono faz um outro.

A variação dos volumes coletados pelas fabriquetas está ligada à estacionabilidade da produção leiteira no município.

No período seco	O volume total das fabriquetas = 12680 l/dia
No inverno	O volume total das fabriquetas = 20400 l/ dia

A variação do volume entre os dois períodos, explica-se pelo aumento dos volumes de compra por fabriquetas. Para cinco fabriquetas, o volume fica estável; Para oito delas, o volume dobra e em 4 há um aumento do volume da ordem de 300 l/ dia. A repartição dos volumes em função do tipo de queijo é apresentada na figura 12 .

Figura 12: Repartição dos volumes em função do tipo de queijo



O leite para as fabriquetas tem como principais produtos o requeijão e a mussarela. Os volumes de mussarela aumenta um pouco no inverno, quando a produção do requeijão dobra no município.

A evolução do volume das fabriquetas entre o inverno e no período da seca explica-se mais pelo aumento dos volumes de cada produtor no inverno que por aumento do número de produtores por fabriquetas.

A quantidade de trabalho para fabricação do queijo precisa da presença de mão-de-obra adicional. Todos os fabricantes têm entre 2 e 4 empregados assalariados ou membros da família. Os proprietários administram diretamente a unidade de transformação mas só a metade deles participam do processamento do queijo.

O equipamento das fabriquetas é muito simples e rústico. Sempre tem um tanque de cimento para armazenar o leite, a água ou o soro mas pode ser substituído por vasos de plástico. Para a mussarela e o requeijão existem, também, um tacho -grande panela para cozinhar o coalho- uma desnatadeira e uma geladeira para armazenar a manteiga ou a mussarela. Os equipamentos variam em função da capacidade de investimento dos proprietários e dos tipos de queijo produzido. Existe um equipamento básico das fabriquetas (Quadro 5)

Quadro 5: Equipamento básico das fabriquetas

queijo de coalho	mussarela	requeijão
prensa	tacho	desnatadeira
formas	formas	tacho
tanque	tanque	formas
utensílio	mesa	lareira
vasilhas	ustensilio	ustensilio
salão	lareira	geladeira
chiqueiro	geladeira	vasilha
carroça	vasilhas	salão
	salão	chiqueiro
	chiqueiro	carroça
	carroça	

Para classificar os fabriquetas e realizar uma análise comparativa entre as unidades, baseia-se sob uma serie de critérios refletindo as condições de trabalho e de higiene. Os criterios usados fazem referência a presença de equipamento específico ou esforço de melhoramento das condições de higiene¹ : Os dados apresentadas no quadro 5 mostram que 11 fabriquetas apresentam condições de trabalho precarios.

¹ energia, geladeria, desnatadeira electrica, um tacho de aluminium, presença de moveis de armazenagem, os esforços de limpeza do material, o tratamento contra as moscas, aparência geral do edificio, presença da agua encanada, a distancia fabriqueta -chiqueiro, tanque de azulejos.

Quadro 5 : Repartição das fabriquetas em função do nível de equipamento e do nível de higiene.

Nível do equipamento das fabriquetas	nível	1	2	3	4	5
nível de higiene	A	4	0	0	0	0
	B	2	3	1	0	0
	C	1	0	0	0	0
	D	0	1	1	1	0
	E	0	1	0	0	1

2.3. Análise econômica das unidades

Para realizar a análise econômica de uma fabriqueta distinguiu-se as atividades de queijo e porcos, separadamente. Na realidade, nenhum dos fabricantes estão elaborando uma análise econômica mas avaliam os custos de matéria-prima, salários e gasolina para estabelecer o preço do leite ou o preço de venda mínimo para uma semana. As fabriquetas não têm capital de giro e a totalidade do lucro de uma semana vai diretamente para a alimentação dos porcos ou são investidos na compra de leitões ou de matrizes. Assim, são os porcos quem representam o capital de giro da atividade leiteira. Três estudos de caso são apresentadas nessa análise. Os cálculos econômicos são apresentados a seguir. Os cálculos são apresentados de maneira detalhada em anexo.

Quadro 6 : Resumo dos cálculos econômico de três empresas

	Empresa A: Mussarella (08/09/95)	Empresa B Requeijão (08/09/95)	Empresa C queijo de coalho (26/01/96)
preço do produto (R\$/kg)	2,70	2,40	2,75
preço do leite (R\$/l)	0,20	0,20	0,22
volume de leite (litro)	6850	9800	3150
rendimento (litro/kg)	8,93	10	9
receita de queijo (R\$)	2073,60	2352	962,50
custos de produção (R\$)	1610	2240	790
Depreciação (R\$)	27,07	20,69	1,36
benefício (R\$)	436,50	91,53	171,10
custo prod/KG queijo (R\$/kg)	2,132	2,307	2,26
custo de prod /l leite (R\$/l)	0,239	0,231	0,25

O resultado da atividade de uma empresa varia em função do tipo de queijo (quadro 6), da época de produção, do preço de venda do queijo e do preço de compra do leite ao produtor. O exemplo da empresa A (quadro 7), mostra que o benefício da atividade pode variar de R\$ 730 por semana num período curto e determinado à R\$ 150 e ainda menos em dezembro, janeiro, fevereiro. As fabriquetas de mussarela chegam a ter prejuízos nessa época mas preferem não

parar sua atividade completamente para assegurar a freguesia. Quando o lucro do queijo chega a R\$ 730,00 por semana, corresponde a uma situação excepcional que ocorre com o aumento do preço da mussarela enquanto o preço do leite fica baixo no município.

quadro 7: Evolução do resultados em função do período de produção
(Empresa A)

	janeiro 95	setembro 95 situação excepcional	outubro 95
preço do produto (R\$)	3,50	2,85	2,70
preço do leite (R\$)	0,28	0,18	0,20
volume (l.)	4900,00	7324,98	6850
rendimento do processo de queijo (L/kg)	10,00	9,33	8,93
receita de queijo (R\$)	1855,00	2377,54	2073,60
custos de produção (R\$)	1680	1626	1610
Depreciação dos investimentos (R\$)	20,38	20,38	27,07
benefício R\$	154,44	730,47	436,50
custo prod/KG queijo (R\$)	3,47	2,10	2,13
custo de prod /l leite (R\$)	0,35	0,22	0,24

As entrevistas com os fabricantes de queijo evidenciaram a importância da suinocultura que permite a viabilidade econômica das unidades de transformação. Isto pode explicar o reinvestimento maior na criação dos porcos em detrimento de algumas tentativas de melhoramento da qualidade da produção queijeira. **Dois estratégias principais** foram evidenciadas: **na primeira privilegia-se o reinvestimento da renda na criação dos porcos** e na compra de terras. **Na segunda, investe-se na valorização do queijo** através de esforços para melhorar o escoamento e/ou a qualidade do produto, o que passa pela estabilização das relações com os fornecedores e com os clientes.

- **Custos tributários.** Uma micro empresa registrada tem como principais custos tributários os impostos e os encargos sociais. De acordo com a atual legislação, o sistema de cálculo desses custos se baseia sobre um percentual fixo. Os encargos sociais sobre os empregados se aplicam-se em cima dos salários

pagos e dependem do número de empregados na empresa. Os custos tributários se apresentam-se em varios percentuais sobre a receita bruta (faturamento).(quadro 8)

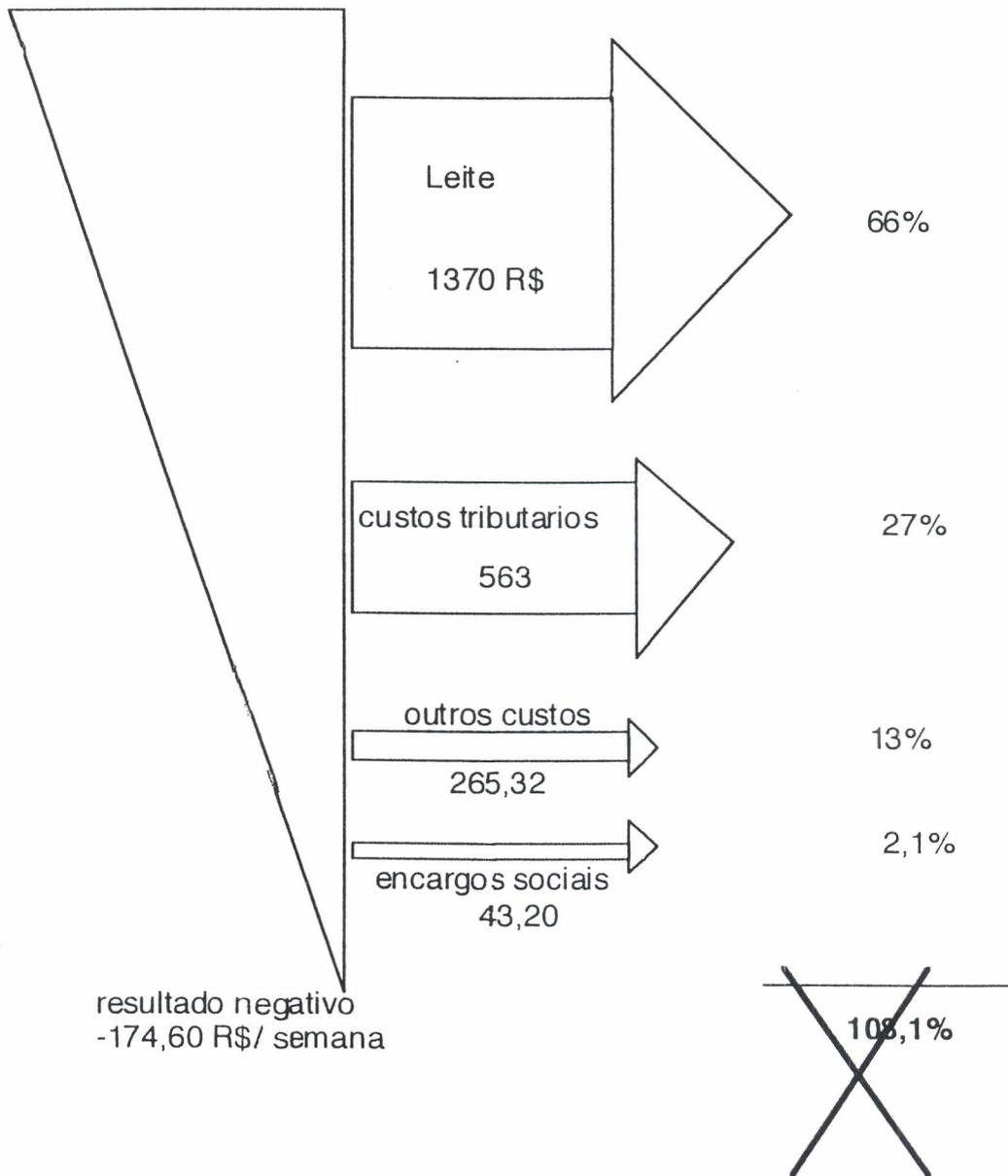
Quadro 8: Principais custos tributários para uma micro empresa

ICMS	17%
CONFIM	2%
Funrural	4%
IRPJ	3,5%
PIS	0,65%
total	27%

A carga elevada dos custos tributários impedem a maioria dessas pequenas empresas de fabricação de queijo de ser registradas oficialmente. Frente a essa situação, o fabricante tem poucas alternativas: declarar só uma parte da produção, conquistar mercados que podem oferecer a segurança de um preço mais elevado o ano todo, ou organizar-se para obter uma revisão dos custos tributários.

Figura 14: Repartição da receita bruta semanal por custos no caso da empresa A

receita bruta mensal
2073, 00 R\$



3. CONTEXTO ECONÔMICO DA COMERCIALIZAÇÃO DO LEITE E DOS DERIVADOS

A análise dos principais segmentos da cadeia produtiva do leite evidencia uma grande diversidade caracterizada pela multiplicidade dos circuitos de comercialização e pelas estratégias dos atores. A comercialização do leite e dos derivados se baseia sobre três tipos de organizações diferentes para os mercados local e regional. Existe uma coordenação entre essas organizações que permite o escoamento da produção leiteira do município. Distinguiu-se nesse estudo a comercialização formal através da indústria, e o comércio local e regional.

As informações apresentadas a seguir foram coletadas a partir das entrevistas realizadas com 15 comerciantes locais, regionais e varejistas do Ceasa de Aracajú no mês de janeiro 96 e a partir de várias visitas no dia da feira em Nossa Senhora da Glória.

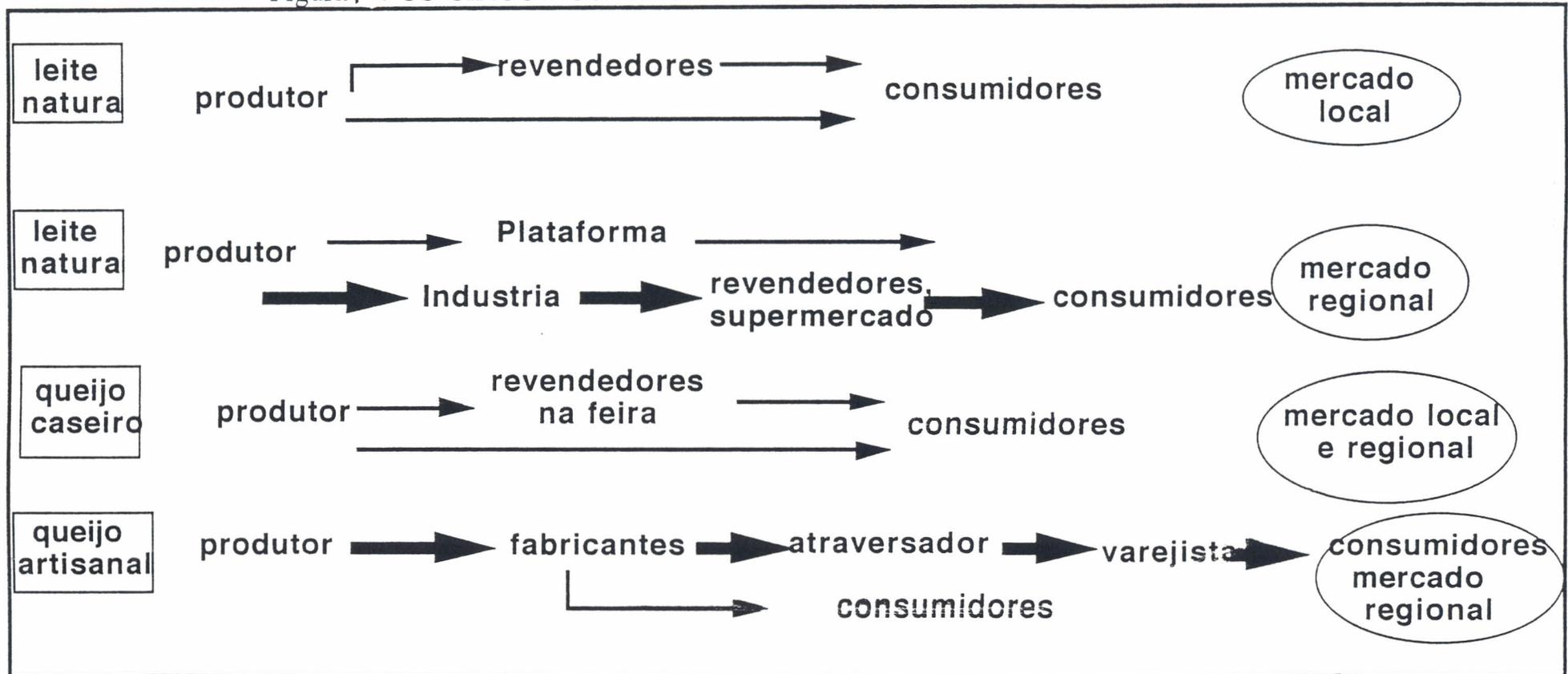
Os objetivos dessas entrevistas foram estudar de maneira mais detalhada a comercialização dos queijos das fabriquetas e dos queijos caseiros feitos pelos produtores, para elaborar propostas de valorização do leite ao nível dos produtores. A produção e a comercialização do queijo caseiro concerne, essencialmente o queijo de coalho e um pouco de requeijão denominado "de fazenda", atualmente, comercializados em Aracajú. Os principais produtores de queijo caseiro são do tipo II. Essa transformação depende do volume de leite produzido (15 até mais de 30 litros diários) e, também, da disponibilidade de mão-de-obra e da importância do leite na composição da renda da unidade de produção.

Essas informações foram completadas por uma análise dos preços de queijo que se baseia sobre um levantamento dos preços semanal realizada de dezembro 94 a janeiro 96 e sobre o levantamento dos preços do Ceasa de Aracajú.

m.3.1 DIVERSIDADE DOS CIRCUITOS DE COMERCIALIZAÇÃO DO LEITE;

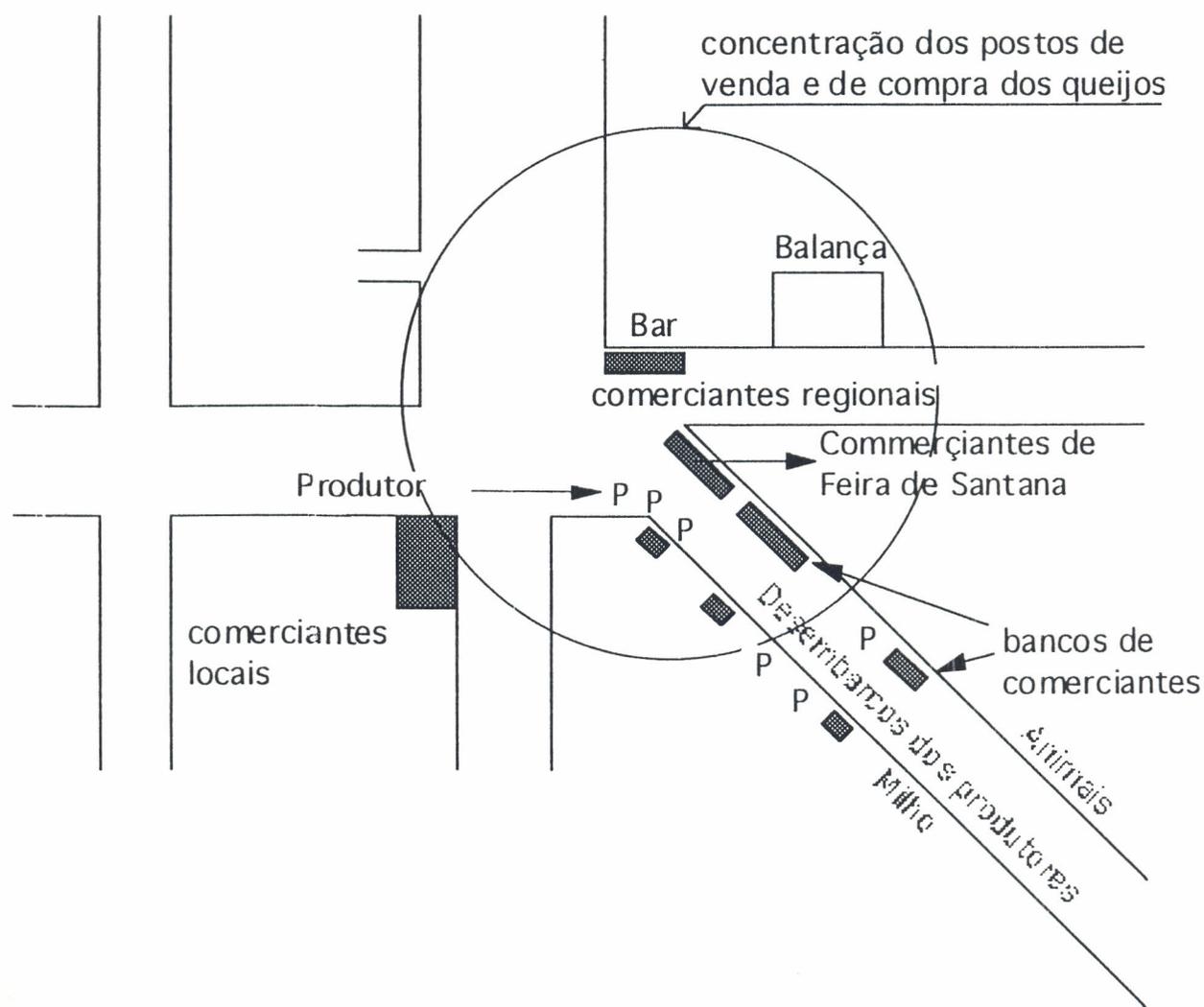
Partindo das unidades de produção, foram identificados cinco destinos possíveis e doze circuitos de escoamento que se diferenciam pelo tipo de produto (leite 'in natura', queijo caseiro), pelos atores envolvidos (artesãos, comerciantes, cooperativas, indústrias) e pelo mercado (local e regional) (figura 14).

Figura 1¹⁵: OS CIRCUITOS DE COMERCIALIZAÇÃO DO LEITE E DERIVADOS



O estudo evidenciou que a feira de Nossa Senhora da Glória tem um papel central na dinâmica da comercialização dos queijos para os comerciantes locais. Mas não é a única fonte de abastecimento, pois existem vários comerciantes que tem contatos privilegiados diretamente com os produtores. A figura 16 localiza os principais postos de venda do queijo nessa feira. Pode-se observar concentração de comerciantes próximo da balança em na da concentração dos produtores que sempre ficam "com os queijos nas pernas", aguardando um melhor preço como consequência da concorrência entre os comerciantes para comprar a mercadoria.

Figura 16 : localização dos postos de compra e de venda dos queijos.



3.2. OS PRINCIPAIS ATORES DA CADEIA

Os comerciantes são numerosos e têm papéis diferentes. Cada um interage no sistema de comercialização e realiza tarefas específicas (quadro 9). Esse conjunto de tarefas executadas permite uma adequação da oferta com a demanda no espaço, no tempo e na forma do produto.

Quadro 9: os atores do sistema de comercialização e principais funções

atores	função	escala da atividade
produtor e esposa do produtor	produção-transformação, transporte da propriedade ao mercado, estocagem, venda	micro local (Gloria)
fabricante de queijo	primeira transformação, estocagem	micro local (Gloria) e local (Aracajú)
varejista local, varejista no mercado de Gloria	comercialização	micro local (Gloria)
comerciante local	comercialização, estocagem, transporte	micro local (Gloria) e local (Aracajú)
comerciante regional	comercialização, estocagem, transporte	regional (grandes feiras de Recife, Salvador, Feira de Santana)
atacadista do Ceasa	estocagem, comercialização	local urbana
varejista do Ceasa ou da feira da cidade	comercialização	local urbana
restaurante, lanchonete, vendedor na praia	segunda transformação, comercialização	local, urbana e regional
consumidor	segunda transformação, consumo	local, urbana, regional

As indústrias de laticínios: Quatro indústrias estão instaladas na região, tendo escala e forma jurídica diferentes: a Cooperativa Sergipana de Laticínios (CSL), duas sociedades privadas (Leite Vida e Laticínios Caroline) e uma empresa multinacional (Parmalat) que comprou recentemente o grupo regional "Betânia", presente no município desde 1985. Para essas indústrias, Nossa Senhora da Glória faz parte de uma bacia de coleta maior que ultrapassa o tamanho do município. No caso da Parmalat, por exemplo, a unidade de transformação fica em Salvador, sendo o leite coletado, além de Sergipe, na Bahia e no norte de Minas Gerais. Esses tipos de indústria adotam a uma lógica econômica em relação à coleta que privilegia os maiores produtores para reduzir os custos de transporte da matéria prima, assim como, para facilitar o controle de

qualidade do leite. É favorecido o produtor que fornece mais de 50 litros por dia (capacidade do vaso) pois evita, assim, misturar o leite antes da chegada ao posto de resfriamento. Esse tipo de produtor tende a assegurar uma menor variabilidade da produção. Nesse caso, só é levado em conta a lógica do mundo industrial. As indústrias incentivam a intensificação e a especialização leiteira através da utilização de instrumentos como assistência técnica, caução bancária para crédito, comercialização de ração e de sementes forrageiras.

Os fretistas das indústrias de laticínios são os intermediários que transportam o leite dos produtores cotidianamente. Independentes, eles terceirizam esses serviços às indústrias, que por preocupação econômica, preferem contratá-los a ter os seus próprios meios de transporte. O número de fretistas contratados pelas indústrias varia em função da estacionabilidade da produção leiteira. A multinacional "Parmalat", por exemplo, trabalha com três fretistas durante o verão, que percorrem, cada um, a faixa de 40 km por dia para transportar 1000 a 1500 litros de leite. No inverno o número de fretistas sobe para oito a dez. Geralmente, esses fretistas exercem outras atividades, seja, como produtores, seja como comerciantes.

Os comerciantes locais exercem o negócio na região de Nossa Senhora da Glória, Aracajú e Paulo Afonso. Eles compram os queijos de coalho na feira de Nossa Senhora da Glória e são importantes em termos de movimento de mercadoria porque reúne todos os pequenos e médios comerciantes da região. Um comerciante local tenta na medida do possível, maximizar a diversidade dos produtos e tem como alvo, as cidades que ficam perto da região como Paulo Afonso, Aracajú. Esses produtos permitem ao comerciante atender vários locais e pontos de venda como as padarias, mercearias e feiras de bairros. Pode se citar por exemplo o caso de um dos comerciantes que leva cada semana, 100kg de queijo de coalho, 60 kg de requeijão e 20 kg de manteiga. Ele vende um terço da mercadoria adquiradas nas padarias de Aracajú e tem um ponto de venda num mercado público de Aracajú para vender o restante. O negócio desse tipo de comerciante movimenta cerca de 180 a 400 kg de produtos por semana, e imobiliza um capital de R\$ 400 a R\$ 1000 em função do tipo de queijo considerado e da época da transação. O ritmo da atividade se caracteriza por um compra semanal agrupada no dia da feira (de Glória e de Monte Alegre) com um escoamento rápido nos dois três dias seguintes.

Os grandes negociantes vendem o queijo fora do Estado, nas grandes cidades (Salvador, Feira de Santana e Recife). Os negócios movimentam cerca de 800 a 3.000 kg de queijo por semana (o que representa a cerca de 3.500 -7.500 Reais) chegando, em alguns casos, até 8.000 kg no inverno. Esses comerciantes são mais especializados num determinado tipo de queijo que correspondem, também a demanda do mercado de destino, a região e a época. O caso de um comerciante, por exemplo, que manda a sua mercadoria para Recife, procura o queijo de coalho porque existe naquela região um boa produção de requeijão e de manteiga. Em Feira de Santana, a procura de requeijão é sempre mais elevada quando a do queijo de coalho é mais estacional. Esses comerciantes fazem contratos diretamente com os produtores, sobretudo com os grandes. O estabelecimento dos contratos com os produtores está ligado ao volume de queijo e a procura de uma qualidade específica, como os queijos do tipo requeijão com 17 a 20 kg, por exemplo. Esses negociantes revendem a mercadoria no varejo ou para outros atacadistas; não se interessam em coletar os queijo de coalho de 500 g dos pequenos produtores.

Os comerciantes locais ou regionais tinham outras atividades, anteriormente e iniciaram o negocio do queijo para diversificar o fonte de renda ou após um fracasso na outra atividade. A maioria deles são da região, próxima de Nossa Senhora da Glória que, através do relacionamento e do conhecimento com os comerciantes, viram nessa atividade uma oportunidade econômica. Todos comerciantes regionais iniciaram as suas atividades na escala local (comércio de queijo na região de Glória). Passo a passo, conseguiram acumular capital e recursos financeiros, meios de transporte, e constituir um rede de fornecedores necessária para uma escala maior.

A grande diversidade dos atores que compõem a cadeia produtiva do leite tem como consequência uma série de jogos de concorrência entre estes que vão influenciar o preço do leite e dos produtos derivados. Esses efeitos de concorrência acontecem entre os atores locais ao nível do acesso a matéria prima (o leite):

- concorrência entre a transformação caseira e a venda do leite ;
- concorrência entre as indústrias/ as fabriquetas
- concorrência entre as fabriquetas

Do ponto de vista econômico, esses fenômenos de concorrência permitem uma regulação do preço para o produtor num nível mais elevado, comparado as outras regiões leiteiras do Nordeste. Os preços dos produtos industriais são fixados pela concorrência internacional e regional entre as indústrias. A comercialização do leite e dos produtos derivados, como o queijo, abrange toda região Nordeste. A competitividade entre as diferentes regiões produtivas explica a variabilidade dos preços dos produtos artesanais nos mercados.

3.3. ANÁLISE DOS PREÇOS

Existem vários levantamentos de preços dos produtos ao nível de Aracajú. Na Ceasa, os preços são levantados todos dias ao nível dos varejistas e atacadistas. No caso dos queijos e dos produtos laticínios não existem os atacadistas como no caso dos grãos e das verduras. Esse levantamento envolve assim só os distribuidores do mercado. A EMSURB, a Empresa Municipal de Serviços Urbanos e a Diretoria de Abastecimento da cidade de Aracajú realiza um acompanhamento dos preços ao nível de várias feiras da capital Sergipana.

Para entender a dinâmica dos preços em Nossa Senhora da Glória, foi elaborado um levantamento mensal dos preços com vários atores: comerciantes locais, comerciantes regionais, fabricantes de queijo. O acompanhamento dos preços foi realizado de novembro de 1995 a janeiro de 1996. Cada final de mês foi levantado o preço com dois ou três representantes de cada tipo de atores. O levantamento permite elaborar um gráfico da evolução dos preços por produto e estimar as margens dos atores regionais e locais. Essas margens correspondem ao preço médio de venda e de compra para uma determinada categoria de ator. São, portanto, aproximativas. Elas apresentam as margens brutas e nenhum dos custos de comercialização são considerados nesses gráficos.

Os movimentos dos preços do queijo

Os preços dos queijos no município de Nossa Senhora da Glória estão muito ligados a situação da oferta de leite no município.

O preço do requeijão reflete a produção leiteira. Nos meses de novembro e dezembro, o preço subiu até 3,80 reais e caiu, rapidamente, para ser vendido nos meses de maio e junho a 2,00 Reais o kilo. Nesses últimos meses, a queda dos preços está influenciada pela concorrência da região produtora da Bahia que está conhecer uma estação chuvosa. Analisando as margens dos atores comerciantes de

requeijão, pode-se concluir que o produto requeijão conhece um mercado relativamente estável. Os comerciantes e os fabricantes nunca obtêm grande lucro em cima da atividade, mais esta é relativamente estável.

O preço do queijo de coalho varia de 3,5 Reais a 1,0 Reais no inverno. Os pequenos produtores fazem queijo de coalho quando eles têm uma produção leiteira um pouco mais alta, ligada às boas condições de chuva. Esse aumento de oferta tem como consequência uma queda rápida dos preços após as primeiras chuvas do inverno. O queijo de coalho tem um bom preço na época do verão, quando é vendido nas praias. As margens dos comerciantes regionais aparecem mais estacionais. Evidenciou-se que existe uma defasagem entre a evolução do preço no município e em Aracajú. Isso permite aos comerciantes beneficiarem-se de um aumento das margens brutas. No mês de abril de 1995, as trovoadas chegam acompanhadas de uma queda dos preços do queijo em Nossa Senhora da Glória quando os preços em Aracajú estão elevados em mais de 1 Real. Ao contrário, as margens brutas ficaram reduzidas no mês de outubro quando o preço em Nossa Senhora da Glória já começa a aumentar e em Aracajú ainda tem muitos queijos da região do agreste de Sergipe, da Bahia e do Pernambuco.

Existem, assim, duas dinâmicas: uma ligada às condições de oferta leiteira no município e a outra mais sob a influência da concorrência regional. Uma parte desses atores (produtores, revendedores, artesãos, comerciantes) trabalham na interface entre essas duas dinâmicas, beneficiando-se de uma certa margem de liberdade limitada, especialmente, no verão.

CONCLUSÃO

A análise dos principais segmentos da cadeia produtiva do leite da região de Nossa Senhora da Glória evidencia uma grande diversidade caracterizada pela multiplicidade dos circuitos de comercialização. Partindo das unidades de produção, foram identificados cinco destinos possíveis e doze circuitos de escoamento que se diferenciam pelo tipo de produto (leite “in natura”, queijo caseiro), pelos atores envolvidos (artesãos, comerciantes, cooperativa, indústrias) e pelo mercado de destino (local ou regional).

Como foi mencionado acima, a adoção pelo produtor, de uma ou mais formas de comercialização depende das características dos sistemas de produção de leite, identificadas com a tipologia (tamanho da propriedade, disponibilidade de mão-de-obra e da participação do leite na constituição da renda agrícola). Existem outros fatores ligados à localização da propriedade (com relação aos povoados e as estradas), ou às oportunidades específicas como relacionamentos privilegiados com fretistas, comerciantes ou fabricantes de queijo. Na realidade, as transações entre esses atores correspondem a várias formas de organização e a um conjunto de práticas repetidas, chegando a constituírem-se em regras ou normas transmissíveis que permitem aos atores se situarem e orientarem os seus processos de tomada de decisão.

O estudo permitiu caracterizar os principais segmentos e a dinâmica da cadeia produtiva do leite e derivados no semi-árido sergipano. Os resultados foram apresentados e socializados entre produtores e artesãos de queijo, pesquisadores e técnicos estaduais o que permitiu verificar e discutir as principais conclusões.

1. Uma dinâmica econômica local forte ligada a produção leiteira

O estudo evidenciou que mais da metade dos pequenos produtores do Município de Nossa Senhora da Glória tiram um renda do leite. Apesar de representar um vetor de integração da agricultura familiar ao mercado no semi-árido, a produção leiteira está na base de uma forte dinâmica econômica local que permite o estabelecimento dos famílias rurais no semi-árido, a implantação de comércios e atividades diretamente ligadas a produção leiteira: comércios de ração, de produtos veterinários para os animais, casas de construção, serviços de apoio técnico, financeiro, etc. Permite, também, o desenvolvimento e a estabilização de numerosas atividades econômicas e serviços como as escolas, os postos de saúde, os bancos, os comércios da feira semanal de importância regional. Essas diferentes atividades que se superpõem, permitem a constituição de um

“verdadeiro *tecido* econômico local” essencial para o desenvolvimento municipal e regional do Nordeste.

2. Valorização econômica do leite e dos derivados

Os principais fatores limitantes interrelacionados foram identificados:

2.1. - a falta de organização dos pequenos produtores e dos artesãos

Hoje, cada produtor comercializa o leite de maneira individual. Não existem representações, representantes ou pessoas capazes de estabelecer um diálogo entre os produtores e as indústrias ou entre os produtores e os comerciantes. Atualmente não tem organização que permite melhorar a coleta do leite ou o escoamento dos produtos. Isso tem como consequência um fraco poder de negociação para a oferta de produtos brutos ou não beneficiados.

2.2. Produtos de qualidade aleatória

A oferta de produtos derivados da agricultura familiar se caracteriza muitas vezes pela grande variabilidade do volume disponível e pela grande variação da qualidade higiênica e das características organolépticas dos produtos. Isto tem como consequência uma imagem ruim desses produtos ao nível dos consumidores.

3 Recomendações

As reuniões de restituição e dos resultados de trabalho organizados pela EMDAGRO e pela EMBRAPA-CPATSA permitiram iniciar novas reflexões em termo de apoio para a produção e a comercialização-transformação do leite.

Trabalhar o problema da organização dos pequenos produtores e dos outros atores.

Esse aspecto constitui de maneira geral um dos maiores fatores limitantes da pequena produção nordestina. Trabalhar esse tema supõe procurar, em primeiro lugar, quais são as formas mais adaptadas para cada grupo a partir das experiências já existentes. As organizações podem ter vários objetivos como valorizar, transformar o produto bruto, melhorar as capacidades de negociação entre os atores da cadeia (entre os produtores e as indústrias, por exemplo).

Proposta de um programa de apoio para melhorar a administração da qualidade ao longo da cadeia leiteira .

O termo de qualidade recobre vários aspectos: a higiene, os elementos organolépticos (sabor, forma, etc.) e as características de adequação a demanda. Um programa de apoio a qualidade deveria recorrer ao conjunto desses aspectos. Por outra parte, um programa de qualidade não pode ser conduzido de maneira segmentada, trabalhando etapa por etapa, setor por setor. De fato, cada elemento é muito interdependente dos outros. Um esforço pontual por parte de uma categoria de ator, pode ser ocultado pelos outros segmentos. Será portanto necessário elaborar um programa incluindo todos os atores através de um projeto global de sensibilização e de capacitação.

Melhorar ou implementar sistemas locais de informação dos atores

Dada a complexidade da cadeia e o custo dos projetos específicos de informação técnica e econômica, aparece mais realista identificar as necessidades prioritárias de cada categoria de atores em matéria de informação e sobretudo, as práticas atuais, empíricas ou sistematizadas. A partir desse levantamento, deve ser possível encontrar formas e mecanismos relativamente simples e sem custos altos, para melhorar os sistemas existentes.

Uma segunda etapa consistiria em identificar as informações gerais que interessam a todos e as informações específicas a cada categoria de atores. A circulação destas informações, somente pode ser garantida se for realizada de maneira diferenciada e com a participação, ou melhor, a responsabilização dos próprios atores.

ANEXO

caso 1: Fabriquetta de mussarela

RECEITAS Queijos /sem			2377,54	
PRODUTO 1(KG)	785,10			
PRECO 1 (R\$)	2,85	2237,54		
RENDIMENTO PRODUTO 1	9,33			
PRODUTO 2(KG)				
PRECO 2 (R\$)				
outra atividade fret		140,00		
Custos total por semana			1626,68	
custos varaveis			1380,25	
materia-prima		1346,50		
leite quantidade	7324,98	1318,50		
preço do leite	0,18			
sal		7,00		
coalho		17,00		
bolsas		4,00		
outra		0,00		
material de consumo		33,75		
lenhas		20,00		
Energia		6,25		
agua		0,00		
prod limpeza		7,50		
outro		0,00		
custos fixos			246,43	
salarios		75,00		
perdas		30,00		
impostos		54,00		
gasolina		64,00		
manutenção (1% dos investimentos)		23,43		
telephone		0,00		
outro		0,00		
Resultado R-C			750,86	
depreciação edificio				
superficia em m2	32,00			
custo R\$/M2	15,00			
ano amort		25,00	480,00	19,20
depreciação material				
vassos		15,00	1200,00	80,00
Tambores		5,00		0,00
Frizer		15,00	1928,00	128,53
Fonmas		5,00	200,00	40,00
Prensa		10,00		0,00
Desmatadeira		3,00		0,00
Tacho		3,00	200,00	66,67
Salvadeira		5,00	50,00	10,00
Pequeno mat		5,00	15,00	3,00
Camionetta		5,00	5300,00	1060,00
Segunda transport			9373,00	
depreciação por semana				20,38
o beneficio do queijo R-C-d				730,47
custos de producao de 1 kg de Mussarela (CT+D)/P				2,10
custos de produção por litro de leite (CT+D)/LEITE				0,22

receita Porcos		171,15	
venda porcolhoes/ano	4,37	109,13	
peso de venda	1,00		
preco aroba R\$	25,00		
Matrizes	0,21	47,60	
peso	9,00		
venda reprodutores		14,42	
custos de producao		67,50	
materia prima		0,00	
procolhoes de engordo		0,00	
material de consumo			
raçao		65,00	
vacinas		1,50	
remedios		1,00	
outro			
resultado		103,65	
depreciação dos investimentos			
superficia	91,00	1365,00	54,60
custo	15,00		
n ano	25,00		
depreciação total /sem			1,05
beneficio dos porcos	R - S		102,60
lucro das duas atividades/sem			833,08

Caso 2: Fabriqueta de requeijão

RECEITAS queijo/sem			2352,00	
PRODUTO 1(KG)	980,00			
PREÇO 1 (R\$)	2,40	2352,00		
RENDIMENTO PRODUTO 1	0,10			
PRODUTO 2(KG)				
PREÇO 2 (R\$)				
outra atividade fret				
Custos total por semana			2239,79	
custos varaveis			2051,01	
materia-prima		1971,26		
leite quantidade	9800,00	1960,00		
preço do leite	0,20			
Resultado R-C			172,50	
depreciação edificio				
superficia em m2	12,00			
custo R\$/M2	15,00			
ano amort		25,00	180,00	7,20
depreciação material				
vassos		15,00	250,00	16,67
Tambores		5,00	50,00	10,00
Frizer		15,00		0,00
Formas		5,00	50,00	10,00
Prensa		15,00	400,00	26,67
Desnatadeira		3,00		0,00
Tacho		5,00		0,00
Salvadeira		5,00		0,00
Pequeno mat		5,00		0,00
Camionetta		5,00		0,00
Segunda transport		10,00		0,00
depreciação por semana				1,36
o benefício do queijo R-C-d				171,14
custos de produção de 1 kg de queijo de coalho (CT+D)/P				2,26
custos de produção por litro de leite (CT+D)/LEITE				0,25

receita Porcos		203,08	
venda porcolhoes/ano	2,31	203,08	
peso de venda	4,00		
preco aroba R\$	22,00		
Matrizes	0,00	0,00	
peso	0,00		
venda reprodutores		0,00	
custos de producao		72,50	
materia prima		0,00	
procolhoes de engordo		0,00	
material de consumo			
raçao		70,00	
vacinas		1,50	
remedios		1,00	
outro			
resultado		130,58	
depreciação dos investimentos			
superficia	207,00	3105,00	124,20
custo	15,00		
n ano	25,00		
depreciação total /sem			2,39
beneficio dos porcos	R - S		128,19
lucro das duas atividades/sem			220,19

RECEITAS queijo/sem			962,50	
PRODUTO 1(KG)	350,00			
PRECO 1 (R\$)	2,75	962,50		
RENDIMENTO PRODUTO 1	0,11			
PRODUTO 2(KG)				
PRECO 2 (R\$)				
outra atividade fret				
Custos total por semana			790,00	
custos varaveis			755,50	
materia-prima		753,00		
leite quantidade	3150,00	693,00		
preço do leite	0,22			
soma outra		60,00		
material de consumo		2,50		
lenhas				
Energia				
agua				
prod limpeza		2,50		
outro				
custas fixos			34,50	
salarios		30,00		
perdas		4,50		
impostos		0,00		
gasolina		0,00		
manutenção (1% dos investimentos)				
telephone		0,00		
outro				
Resultado R-C			172,50	
depreciação edificio				
superficia em m2	12,00			
custo R\$/M2	15,00			
ano amort		25,00	180,00	7,20
depreciação material				
vassos		15,00	250,00	16,67
Tambores		5,00	50,00	10,00
Frizer		15,00		0,00
Formas		5,00	50,00	10,00
Prensa		15,00	400,00	26,67
Desnatadeira		3,00		0,00
Tacho		5,00		0,00
Salvadeira		5,00		0,00
Pequeno mat		5,00		0,00
Camionetta		5,00		0,00
Segunda trasnport		10,00		0,00
depreciação por semana				1,36
o beneficio do queijo R-C-d				171,14
custos de producao de 1 kg de queijo de coalho (CT+D)/P				2,26
custos de produção por litro de leite (CT+D)/LEITE				0,25

receita Porcos		113,08	
venda porcolhoes/ano	1,15	101,54	
peso de venda	4,00		
preco aroba R\$	22,00		
Matrizes	0,00	0,00	
peso	0,00		
venda litoes novos		11,54	
custos de producao		31,00	
materia prima		0,00	
procolhoes de engordo		0,00	
material de consumo			
raçao		24,00	
vacinas			
remedios			
outro		7,00	
resultado		82,08	
depreciação dos investimentos			
superficia	0,00	0,00	0,00
custo	15,00		
n ano	25,00		
depreciação total /sem			0,00
beneficio dos porcos	R- S		82,08
lucro das duas atividades/sem			253,22