

com.br/sites/PortalSebrae/artigos/produtos-codificados-melhoram-a-gestao-do-estoque.cc92438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 29 de maio 2017.

VELOSO COFFEE. Veloso Coffee. Disponível em: <http://velosocoffee.com.br/>. Acesso em: 29 de maio 2017.

ANÁLISE DA CADEIA PRODUTIVA DA SUINOCULTURA



Igor Geraldo Fernandes Sudário
6.º período do Curso de Agronegócio do Centro
Universitário de Patos de Minas (UNIPAM).
murilosoares013@hotmail.com



Murilo Josias Soares
6.º período do Curso de Agronegócio do Centro
Universitário de Patos de Minas (UNIPAM).
igor_sudario@yahoo.com



Sebastião Alvez Aquimim
6.º período do Curso de Agronegócio do Centro
Universitário de Patos de Minas (UNIPAM).
sebastiaoalkimin@hotmail.com



Jorgiane Suelen de Sousa
Professora do curso de Agronegócio do Centro
Universitário de Patos de Minas
jorgiane@unipam.edu.br

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo uma análise da cadeia produtiva da suinocultura em Patos de Minas e região, com informações sobre o consumo interno na região de Patos de Minas, sobre as características da produção e das principais regiões produtoras, e sobre o crescimento expressivo na região. Além disso, foi realizada a pesquisa em três propriedades: a primeira, em uma granja que faz a criação e engorda até o ponto de abate; outra, em uma empresa onde acontece o abate; e uma última, em um açougue que atende o consumidor final. O foco de análise do presente trabalho está concentrado no desenvolvimento e na produção de carne suína dentro da cadeia produtiva em Patos de Minas e região do Alto Paranaíba, a qual que proporciona aos consumidores e clientes um produto de qualidade. Depois de analisadas as informações no segmento da suinocultura em Patos de Minas, foi possível entender melhor a análise da cadeia produtiva de suínos na região, onde são perceptíveis seu valor e sua importância para o desenvolvimento econômico, pois essa cadeia possui a segunda maior cooperativa do Estado.

PALAVRAS-CHAVE: Milho, Cadeia Produtiva, Agronegócios

ABSTRACT

The present paper aimed at an analysis of the production chain of pigs in Patos de Minas and region, with information about the internal consumption in the region of Patos de Minas, about the characteristics of the production and of the main producing regions, and about the expressive growth in the region. In addition, a survey was carried out on three farms: in a farm that is responsible for breeding and fattening until the point of slaughter; another research was made in a company where the slaughter takes place; and another one was in a butchery that serves the final consumer. The focus of this work is centered on the development and production of pork within the production chain in Patos de Minas and Alto Paranaíba region that provides consumers and customers with a quality product. After analyzing the information in the swine segment in Patos de Minas, it was possible to better understand the analysis of the pork production chain in the region, where its value and importance for economic development is perceptible, for this chain has the second largest cooperative in the state.

KEYWORDS: Animal production; swine; pig breeding.

ANÁLISE DA CADEIA PRODUTIVA DA SUINOCULTURA

INTRODUÇÃO

A suinocultura é um ramo da zootecnia que vem crescendo significativamente a cada ano e se tornando uma das principais fontes de renda brasileira. Passou a ser de grande importância com grandes investimentos em novas tecnologias para desenvolvimento do rebanho, levando o Brasil a se tornar um dos maiores produtores mundiais de carne suína.

Calculando-se que o setor de suínos tem ganhado avanço expressivo na produção da suinocultura, apesar do problema do preço dos insumos que aumentaram significativamente, principalmente do milho, que é o principal ingrediente da ração, a produção de carne suína em 2016 teve um aumento médio de 5% no Estado, de acordo com a Associação de Criadores. Em todo o Brasil, a suinocultura teve no ano de 2016 aumento de custos e de produção, e as exportações brasileiras de carne suína também aumentaram 30% em 2016 (ABCS, 2016).

A criação de suínos representa um importante papel dentro das atividades pecuárias do Brasil, por ser uma atividade que gera emprego e mão de obra, por fixar o homem no campo, por ser um dos setores que mais geram recursos financeiros e por fornecer alimento para consumo da população.

Com base nisso, surgiu o interesse de se aprofundar mais numa pesquisa sobre o processo de desenvolvimento de produção de carne suína dentro da cadeia produtiva na região de Patos de Minas, desde a fase de criação e abate do suíno, até chegar ao consumidor final, verificando a relação fornecedor/comprador.

Este estudo visa esclarecer as atividades envolvidas no processo da cadeia produtiva de suínos, informando quais as atividades realizadas pela empresa durante o processo de desenvolvimento da produção, bem como os recursos humanos e financeiros necessários para uma boa organização das empresas.

As empresas escolhidas para ser alvo de pesquisa foram destacadas por serem empresas qualificadas e envolvida na cadeia da suinocultura: a Empresa Suinco, que é uma cooperativa de grande porte em abate de suíno, atende o consumidor local e regional; a Empresa Granja Esperança, o fornecedor

escolhido, tem grande destaque na produção de suínos na região de Patos de Minas, além de boa qualidade na criação de seus rebanhos; e a Empresa Casa de Carnes Bom Sabor é um comprador que tem boa referência e apresenta boas práticas de convivência com o consumidor final.

O estudo realizado está dividido em 2 partes, sendo a primeira um estudo relacionado ao conteúdo teórico envolvendo os conceitos principais sobre o processo de produção de suínos com foco em avaliar e conhecer melhor a produção. A segunda parte do estudo relata estudos de caso da empresa Granja Esperança, onde ocorrem a origem e a criação dos rebanhos; da Empresa Suinco, onde ocorre o abate; e do Açougue Casa de Carne Bom Sabor, que leva o produto até a mesa do consumidor.

CENÁRIO: SUINOCULTURA NO BRASIL

O setor da suinocultura, nos dias atuais, tem ganhado grande participação de produção no país em relação aos anos anteriores. O abate do suíno tem tido grande avanço nas suas tecnologias, com aumento em sua produção.

O crescimento em relação ao ano de 2010 a 2015 foi de aproximadamente 5%, havendo variações entre os anos, como, por exemplo, a queda de produção da carne por motivos de altos preços. A exportação em janeiro de 2015 aumentou 39% em relação a janeiro de 2016, e o preço do suíno vivo reage nos principais mercados (ABCS, 2016).

O quarto maior produtor de carne suínas do Brasil é o estado de Minas Gerais, que fica atrás somente de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Paraná. Minas se manteve estável em relação aos anos anteriores (IBGE, 2015).

O ano de 2016 foi bastante complexo para o setor, mas os produtores souberam aumentar sua eficiência e não perderam as esperanças (SUINOCULTURA INDUSTRIAL, 20 maio 2016).

O Triângulo Mineiro é a maior região produtora de carne suína do estado de Minas Gerais, sendo Uberlândia a cidade que mais produz carne suína no Brasil (IBGE, 2015). Com o intuito de manter a liderança na produção de suínos, os produtores uberlandenses sentiram-se obrigados a se unir para continuar como maiores produtores do Brasil,



além disso, para conseguir melhores preços no mercado, tanto no preço de rações quanto nos preços para venda (AGRITAP, s/d).

A cidade central do estudo é Patos de Minas, terceira maior produtora do estado de Minas Gerais, a qual teve um aumento de 15% com variações de 2010 a 2015, devido ao crescimento da demanda da carne suína, o que incentivou os produtores e abatedouros a produzirem mais (IBGE, 2015). Patos de Minas tem a maior cooperativa do segmento de Minas Gerais e a segunda maior indústria de carne suína em capacidade de produção do Estado (SUINCO, s/d).

Com base nos dados apresentados é possível perceber um crescimento na produção brasileira no ano de 2015 e uma pequena variação nos últimos anos, o que é possível a partir do maior consumo existente nesse produto, devido à maior publicidade da carne suína junto à população, mostrando que o produto é uma carne saudável.

REFERENCIAL TEÓRICO AGRONEGÓCIO

Agronegócio é um conjunto de negócios relacionados à agricultura e à pecuária do ponto de vista econômico, social e ambiental. Este segmento trata dos negócios agropecuários propriamente ditos, que representam os produtores rurais ou as empresas que fazem parte de uma cadeia produtiva, e está dividido em três partes: antes da porteira, dentro e depois da porteira.

É um conceito que se iniciou por volta de 1980, e que, para alguns autores, é um ponto de vista para a construção de um modelo de mudança do sistema da agricultura. No Brasil, a prática do agronegócio inicialmente era vista de uma forma negativa, trazendo imagem da exploração, do trabalho escravo e braçal, em busca da maior parte de terra possível, motivado pelo atraso político e econômico. No decorrer dos anos mudou seu foco para o desenvolvimento do país com tecnologia e sustentabilidade (ARAÚJO, 2009).

O agronegócio é o maior negócio da economia brasileira. Para se ter uma ideia, o PIB (Produto Interno Bruto) do ano de 2006 alcançou a marca de 3,1 trilhões de reais, sendo 26,3%, aproximadamente 450 bilhões, somente do agronegócio. Com isso 1 a cada 3 reais gerados no Brasil era proveniente do agronegócio, sendo 70,5% na agricultura e 29,5% na pecuária (BATALHA; SILVA, 2007).

O agronegócio é responsável pela maior exportação

do Brasil e também é o setor com maior geração de empregos, aproximadamente 37% de todos empregos do país. Ele também responde por mais de 40% das exportações totais brasileiras. O Brasil é o país com maior potencial, em todo o mundo, para aumentar as exportações de produtos do agronegócio e vai continuar sempre batendo recordes (BATALHA; SILVA, 2007).

O agronegócio é fundamental para girar o Brasil e o mundo, onde tudo o que for produzido terá uma parte feita por ele, pois muitas pessoas precisam desse sistema direta ou indiretamente para continuar trabalhando. Isso quer dizer que uma crise em parte de uma cadeia produtiva, sendo essa climática ou por outras vias, irá gerar um impacto grandioso no mercado, afetando o resto da cadeia e da economia, por isso, é sempre importante dar condições para o seu desenvolvimento.

CADEIA PRODUTIVA

Uma das áreas importantes do agronegócio a serem avaliadas são as cadeias produtivas, que são basicamente insumos que sofrem alguma transformação para se tornarem um produto final. Trata-se de uma série de ações feitas por pessoas ou máquinas, desde a produção da matéria-prima até a comercialização produto final.

A tecnologia pode interferir diretamente na cadeia produtiva, coordenando os modos de produção. Tradicionalmente, as tecnologias para aves e suínos tem a necessidade de máquinas apropriadas para grandes escalas de produção e para a introdução de sementes melhoradas (ARBAGE, 2012).

Uma cadeia de produção agroindustrial pode ser segmentada em três macrosssegmentos. Essa divisão não é facilmente identificável, além disso, ela pode variar muito segundo o tipo de produto e o objetivo da análise. Os três macrosssegmentos são, de acordo com Batalha (2008): comercialização com supermercados e restaurantes, empresas que facilitam a chegada do produto ao consumidor final; industrialização focada nos produtos finais feitos em indústrias que necessitam de matéria-prima; e produção de matérias-primas, que são firmas que fornecem matérias-primas para outras firmas produzirem o produto final (agricultura, pecuária).

O conjunto de ideias voltadas à cadeia produtiva tem se mostrado útil ao longo dos anos, ainda mais para pesquisadores e instituições públicas, em que todos os membros são responsáveis pelo resultado final: o fornecedor de matéria-prima, o fabricante, o

comercializador e o consumidor final.

SUINOCULTURA

Os brasileiros têm como hábito a cultura e o consumo de carne suína, por ela ser um produto de origem brasileira e com alto fator na produção de carne, gerando emprego e renda para as famílias, garantindo alimentação na mesa dos brasileiros e uma boa quantia para exportação.

A suinocultura teve início há 9.000 anos, e essa cultura vem passando de uma geração para outra, originando renda e garantindo a alimentação com qualidade das pessoas e desenvolvendo os rebanhos com uma boa genética. Ela vem agregando ainda mais valor à produção com o uso dos biodigestores na geração de gases para serem queimados para geração de energia térmica ou elétrica (FERREIRA, 2012).

Nas regiões de produção intensiva de suínos, além da movimentação da economia, a suinocultura tem importância social e cultural. Por outro lado, em regiões não tradicionais na atividade, a produção em pequena escala pode significar alternativa adicional de renda para a população e subsistência. Não obstante, o suíno é representativo em muitas culturas. A carne suína é bastante consumida no mundo, sendo um alimento de excelente qualidade (FERREIRA, 2012).

Os suínos são animais rústicos, polistéticos, prolíferos e possuem rápido melhoramento genético. São animais que apresentam alto índice de aproveitamento: suas vísceras são usadas para fazer patês, seus pelos são aproveitados na fabricação de pincéis, sua pele é utilizada na confecção de bolsas e calçados, e seu sangue tem sido usado na culinária para fazer o chouriço e na alimentação animal (plasma spray dreed). Com novos programas de melhoramento genético, associados à adequada nutrição e ao ambiente favorável, além de melhor desempenho, a carcaça do suíno vem apresentando maior rendimento, possibilitando a realização de cortes diferenciados que permitem diversificar o processamento, oferecendo maior variedade de produtos, agregando valor econômico (FERREIRA, 2012).

Os suínos, além de ser um alimento com qualidade, é uma fonte de emprego e renda para a população que busca melhorar no ramo da agropecuária com o crescimento dessas atividades.

METODOLOGIA

Este estudo se baseou em uma pesquisa bibliográfica, que, de acordo com Vergara (2016), é uma pesquisa feita com base em estudos em livros, revistas e na internet, ou seja, todo material disponível ao público. Além disso, utilizou-se de uma análise de dados secundários que se baseou na análise dos sites do IBGE e da CONAB, de acordo com dados estatísticos da produção de suínos em anos anteriores.

A base da pesquisa foi uma análise qualitativa, que é uma pesquisa em que as respostas não são objetivas e em que o propósito é conseguir compreender como funciona o processo produtivo. A finalidade da pesquisa foi descritiva, buscando-se observar, registrar e analisar os fatores pesquisados (VERGARA, 2016), e utilizando-se a pesquisa de campo, para entrevistar pessoalmente os responsáveis pelas empresas. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas junto aos entrevistados, que são gestores qualificados: um questionário foi destinado à empresa Suinco, outro à empresa Granja Esperança e outro à Casa de Carnes Bom Sabor. Essas entrevistas foram feitas com base em um questionário semiestruturado, em que foi possível estabelecer uma conversa amigável, buscando levantar dados que pudessem ser utilizados em uma análise qualitativa, selecionando os aspectos mais relevantes da pesquisa.

O primeiro passo foi marcar um horário para a entrevista com os gestores de cada empresa, primeiro com a Empresa Suinco no dia 3 de abril de 2017, posteriormente com o fornecedor Granja Esperança dia 3 de abril de 2017, e por fim, com o comprador, que é a Casa de Carnes Bom Sabor, no dia 16 de abril de 2017.

A Empresa Suinco foi escolhida para ser alvo de pesquisa, por ser uma empresa de grande porte da nossa cidade que produz alimentos de base suína, com atrativos de qualidade, e que atende ao consumidor local e regional. A Granja Esperança foi escolhida por ter boa qualidade de criação de rebanho, com grande destaque na produção, e por ser reconhecida na região de Patos de Minas. Como comprador foi escolhida a Casa de Carnes Bom Sabor, por apresentar boas referências e qualidade nos produtos comercializados, bem como por desenvolver boas práticas de convivência com o consumidor final.

O objeto de estudo deste artigo está disponível na figura 1 abaixo, que apresenta um pequeno

Ilustração 1. Descrição das Empresas do estudo

<p>GRANJA ESPERANÇA</p>	<p>- Proprietário Valder Caixeta - Fazenda localizada no município de Patos de Minas com foco na produção de suínos e plantações rotacionais hoje com cerca de 2000 suínos divididos em piquetes em 2 barracões de 1000m cada.</p>
<p>SUINCO</p>	<p>- Indústria de transformação - Recebimento das matrizes dos cooperados para abate, situado no Bairro Industrial 3, Patos de Minas, produz carne embalada para o mercado brasileiro e internacional com variedade grande de produtos com sua marca COZINHA PREMIADA.</p>
<p>CASA DE CARNES "BOM SABOR"</p>	<p>- Atacado e Varejo - Comprados dos produtos suínos há 3 anos com uma boa aceitação dos clientes e de boa qualidade seguindo o proprietário Osvaldino.</p>

detalhamento de cada empresa.

Durante o processo de investigação, foi possível a utilização da entrevista, importante para a coleta de dados realizada de forma simples e direta, o que possibilitou complementar as informações obtidas nos questionários.

Foi elaborado um questionário de 15 questões abertas, das quais 8 foram para a Empresa Suinco, como objetivo de conhecer mais e melhorar Empresa e seus produtos; 5 questões para o fornecedor, a fim de analisar o processo de criação dos rebanhos dentro da cadeia produtiva até chegar ao ponto de abate para o consumo; e 7 questões foram para o comprador, com o objetivo de analisar o processo e as condições de compra dos produtos da Suinco, e saber como é feito o manejo de estoque, bem como o serviço de entrega e o prazo de reposição dos produtos. Além disso, todos os questionários contavam com perguntas que caracterizavam a empresa e o entrevistado.

As entrevistas foram registradas com o uso do gravador, com o objetivo de garantir a autenticidade dos depoimentos da fala dos entrevistados e transcritos conforme seu consentimento. A partir da coleta de dados, buscou-se interpretar e analisar as informações obtidas, baseando-se na análise de conteúdos. Mediante tal procedimento de análise, os depoimentos dos entrevistados foram pertinentes na interpretação dos fatos.

CARACTERIZAÇÃO DA PRINCIPAL EMPRESA DA CADEIA DE ESTUDO

Em 27 de Agosto de 2003, 36 suinocultores do Estado de Minas Gerais, cientes da necessidade de coordenação da cadeia produtiva, sentiram a

necessidade de se organizar empresarialmente. Desse gesto nasceu a Suinco, a maior cooperativa produtora de suínos do Estado de Minas Gerais e referência nacional na tecnologia e processamento de carnes.

Através da cooperação, a Suinco equilibra seus objetivos empresariais com o compromisso social, e isso se reflete no dia a dia dos consumidores com produtos de alta qualidade, com a valorização do cooperado e o respeito com o meio ambiente. Atualmente a Suinco é formada por 62 cooperados com plantel de mais de 40 mil matrizes. Com gestão participativa, ela atua na produção e comercialização de carnes suínas, suplementos e premix para produção animal, além da revenda de insumos e medicamentos veterinários (SUINCO, s/d, p.1).

A empresa tem como missão a busca de alternativas para o aumento de valor à produção, contando com aproximadamente 80 cooperados, cujo maior fornecedor é Décio Bruxel. Sua visão é ser reconhecida como empresa moderna e competitiva, com funcionários tecnicamente capacitados, que interagem com seus sócios e fornecedores.

A administração da cooperativa está voltada para as melhores práticas de gerência, envolvendo de forma integrada e profunda cooperados, conselheiros de administração, conselheiros fiscais, auditores, executivos, colaboradores em geral, além do público externo.

A cooperativa foi organizada em unidades estratégicas de negócios, sendo cada uma responsável por seus resultados. São elas: loja veterinária, fábrica de nutrição, prestação de

serviços; indústria de abate e processamento de suínos (SUINCO, s/d).

Sendo o Triângulo Mineiro o maior consumidor da linha cozinha premiada, a Suinco decidiu investir no último ano em muitas propagandas, em nível nacional e regional, visando aumentar o consumo de seus produtos. Em maio de 2015, a Suinco fez sua primeira exportação para a Abecásia, país da antiga União Soviética, levando 23 toneladas de sobrepaletas. Além disso, também já surgiram novas oportunidades de negócios em países como Albânia, Angola, Cabo Verde, Gana e Marrocos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

FORNECEDOR

A Granja Esperança, localizada em Patos de Minas, trabalha com os segmentos de soja, milho, batata, tomate e com a cadeia de suínos. Ali foi entrevistado o zootecnista da fazenda, funcionário desde 2012, e na função de zootecnista desde 2015. A granja produz uma média de 750 animais por semana, sendo entregue para a Suinco apenas um terço dessa produção.

A Granja Esperança fornece para Suinco antes mesmo da contratação do funcionário entrevistado. Por ter essa relação antiga, a granja ainda enxerga alguma esperança de melhora de preços, pois eles têm contratos desde 2009.

O suíno, para ser abatido, precisa ter a idade mínima de 150 dias, e idade máxima de 180 dias, pois o abate tem que ocorrer quando o animal está entre 70 a 95 kg, peso esse que se alcança entre esses dias. Ultrapassando esse peso, ele deixa de ganhar carne e passa a ter mais gordura. De acordo com o autor Bersano (2010), o peso ideal para o abate é de 80 a 120 kg, e a idade ideal é de cinco a seis meses, o que mostra que a empresa segue os parâmetros ideais.

Para exercer a entrega para a Suinco, o produtor precisa ter alguns documentos impressos exigidos pela empresa, que são boletim sanitário (exigido a partir de 2016) assinado pelo médico veterinário, guia de transporte animal (GTA) e nota fiscal (IMA, s/d).

O frete foi acordado pelas normas do contrato, sendo CIF este tipo de frete. O fornecedor é responsável por todos os custos e riscos. CIF e FOB são modalidades de custos de frete: o CIF significa Custos Seguros e Fretes, em que o fornecedor é responsável por todos os custos e riscos; já o FOB significa Livre a Bordo, e nessa modalidade, o

comprador assume todos os riscos (SIGNIFICADO, s/d).

O produtor não acha vantajosa a entrega para a Suinco, pois ela paga de 10% a 15% menos do que a bolsa, o que está girando em torno de R\$3,70 a R\$3,80 no kg vivo, enquanto outros frigoríficos pagam o valor igual ao da bolsa, que é feita pela ASEMG (Associação dos Suinocultores do Estado de Minas Gerais), que tem correção toda segunda-feira. Em 02/05/2017, o valor era de R\$4,00 (ASEMG, 2017).

SUINCO

A Empresa Suinco, localizada em Patos de Minas, trabalha com carne suína e seus derivados, como embutidos, cozidos e defumados, e suplementos e premix para produção animal, além da revenda de insumos e medicamentos veterinários, buscando levar o que há de melhor para a mesa do consumidor. Foi entrevistado nesta empresa o gerente administrativo financeiro e controladoria, o qual foi contratado pela empresa e está nesta função desde o início de 2016.

Na Suinco, por se tratar de uma cooperativa, os fornecedores são somente os associados da cooperativa, e os volumes são definidos de acordo com a necessidade semanal dela e distribuídos aos cooperados pela participação de suas cotas de abate. O preço de compra é com base no valor definido semanalmente pela Bolsa de Belo Horizonte (ASEMG). A Bolsa ASEMG é uma Associação dos Suinocultores do Estado de Minas Gerais e foi fundada em 30 de abril de 1972, na cidade de Patos de Minas, com o objetivo de defender os interesses econômicos dos suinocultores de Minas Gerais (ASEMG, s/d).

O mercado de venda da empresa tem como foco o pequeno varejo. Esse tipo de negócio compõe um dos canais de vendas fundamentais para a indústria, os quais têm fácil acesso e são localizados em bairros. Além disso, esse negócio é sempre muito amplo e muito rápido.

A previsão de venda é feita mensalmente com um planejamento S&OP (Sales and Operation Planning), com otimização do máximo resultado possível pela utilização plena das capacidades, fazendo também alguns ajustes / consenso com a área comercial, dados os inputs comerciais. Seus produtos não ficam em estoque, e o gerenciamento e a gestão desse estoque são realizados diariamente com acompanhamento do shelf life, ou seja, com

duração dos produtos ou vida útil no estoque. O shelf life dos produtos pode ser definido como um período de armazenamento em que produtos com alta qualidade inicial permanecem adequados para consumo e para acompanhamento do balanço de massa destes produtos. Também é feito trimestralmente um inventário físico de 100% dos estoques, para se fazer assim um levantamento real da situação do estoque, ou dos bens existentes dentro da empresa, para ser levado ao balanço, com o objetivo de evitar custos e consequentemente promover a melhoria contínua da rentabilidade, com maior controle dos produtos, verificando os registros e a quantidade real para que haja organização e controle da situação do estoque (FATORES QUE INFLUENCIAM, s/d).

Há um estoque de segurança para algumas categorias, ou seja, deve-se manter níveis de estoque suficientes para evitar a falta de estoque diante da variabilidade da demanda e a incerteza da reposição do produto quando necessário. Mas esse estoque de segurança não é de mais do que 10 dias, por se tratar de produtos perecíveis e por haver abate de acordo com a demanda do produto. O estoque de segurança busca manter níveis de estoque de tal forma que não faltem nem sobrem mercadorias, buscando atender ao máximo a demanda do consumidor (POZO, 2010).

Os planejamentos das rotas de entrega se baseiam nas quantidades de entregas por cidades, e é feita a roteirização da frota para se ter a maior utilização possível dentro do caminhão, buscando-se otimizar o frete e entregar o produto dentro dos tempos definidos e acordados. Os fretes nas compras e vendas são feitos por dois modais, ou seja, por frota própria, em que a empresa é responsável por todos os custos de entrega, e por terceiros pagando frete, sabendo que terceirização não é sinônimo de aquisição (ela está envolvida na provisão externa de atividade funcional). Desse modo, as decisões são de natureza estratégica, e assim, o frete é feito dependendo da necessidade da empresa contratante. Dessa forma, o frete tem um papel preponderante na qualidade dos serviços logísticos, pois impacta diretamente no tempo de entrega, na confiabilidade e na segurança dos produtos (FARMER; JESSOP; JONES 2000).

Sobre a visão da empresa com o descarte dos resíduos e restos de suíno, temos que os resíduos e restos são enviados para uma empresa especializada em processar tais produtos

(PATENSE). A Suinco tem como um de seus princípios o respeito à natureza, e por conta disso, sempre destina os resíduos da matança e do abate para locais apropriados/regularizados e com capacidade técnica para o seu processamento ou destruição.

Em Patos de Minas a cadeia produtiva tem se organizado para atender à demanda do mercado interno e, ao mesmo tempo, para procurar novos mercados.

COMPRADOR

A Casa de Carnes Bom Sabor está localizada em Patos de Minas, presente no mercado há 3 anos, no segmento de carnes: frango, peixe, carne bovina e suína. Atualmente possui cinco funcionários, e a venda principal é para os bairros Gramado e Ipanema II. Para análise deste trabalho, foi entrevistado o proprietário, que já compra da Suinco desde a abertura da casa de carnes, três anos atrás.

As condições de vendas, com termo para fornecimento de produtos e serviços que se aplicam a todos os contratos de venda e de compra de materiais, são definidas pela Suinco, concordadas com o proprietário do comércio. As vendas são realizadas com preços tabelados, e o frete é pago totalmente pela Suinco.

Em três anos de compra, nunca houve casos de perda de algum produto por qualidade ou validade, o produto sempre esteve em conformidade com as exigências dos clientes, sendo a Suinco bem criteriosa nesse ponto. O prazo de entrega é bem valorizado, pois também nunca houve atrasos, já que as entregas são sempre programadas e disponibilizadas em 2 dias úteis.

Como a casa de carnes entrevistada ainda é um pequeno comércio, a Suinco não oferece promoções, como feiras e amostras grátis, como é feito em grandes comércios. O que é importante, pois o investimento geralmente é inferior ao da publicidade, e o produto estabelece uma relação de proximidade com o consumidor, aumentando as chances de venda (VELOSO, 2015).

A relação entre comprador e vendedor é vantajosa, pois a Suinco tem compromisso com a qualidade e o tempo de entrega.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Depois de analisar todas as informações obtidas nos questionários, nas observações e pesquisas

realizadas envolvendo as empresas Granja Esperança, Suinco e Açogue Casa de Carne Bom Sabor, no segmento da suinocultura em Patos de Minas, é perceptível que ambas as estruturas das empresas pesquisadas têm todas as qualificações pedidas: alvarás, testes de qualidade, melhorias constantes para o melhoramento de qualidade e higiene, rapidez na entrega e boa aceitação no comércio regional, por serem de boa qualidade e terem bom preço para venda final.

O preço oferecido pela Suinco na compra junto aos granjeiros deve ser verificado, pois às vezes outros mercados bem mais distantes são procurados para escoar sua produção. Além disso, existe uma falta de informações e restrições dentro da empresa devido ao ganho baixo por parte dos comerciantes e da própria Suinco, pois a Suinco concentra as vendas em pequenos varejos que solicitam preços mais baixos para comprarem seus produtos.

O preço pago pela empresa aos fornecedores/ produtor fica entre 10% a 15% menor que a bolsa, sabendo que a bolsa ASEMG (Associação dos Suinocultores do Estado de Minas Gerais) tem correção semanalmente, o que gera uma desvantagem e certa desvalorização do produtor, sendo que outros frigoríficos acompanham o valor da bolsa ASEMG.

Além disso, poderiam ser feitas melhorias em marketing para expansão da marca para outras regiões de Minas Gerais, e maior exposição dos produtos para degustação no comércio em geral, não só em grandes redes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi de grande importância, pois possibilitou maior contato com o campo suínico e seus desafios, levando a pesquisas e entrevistas mais aprofundadas no campo da suinocultura. Ficou claro que a suinocultura é uma atividade dinâmica que exige constante desenvolvimento, dedicação e atualização para se alcançar as metas desejadas e estabelecidas.

A cadeia da suinocultura apresenta grande importância social e econômica para Patos de Minas e região, por ser uma cultura de grande consumo de carne suína, pelo fato de a carne ser de origem brasileira e, por fim, pelo sabor e pela qualidade do produto que chega à mesa dos consumidores. A cadeia gera recursos financeiros, emprego e renda. Essa cultura vem evoluindo ainda mais por ter melhorias na qualidade de produção, como boa

genética e assistência técnica para melhoramento do rebanho.

Com base no trabalho apresentado destaca-se que em Patos de Minas a cadeia produtiva tem se organizado para atender a demanda do mercado interno e, ao mesmo tempo, procurar novos mercados. A carne suína teve um grande avanço e crescimento, tornando-se uma das mais importantes do agronegócio brasileiro, bem como uma das principais fontes de renda do país.

Em termos de melhorias sugere-se que a Suinco melhore a valorização da suinocultura da nossa região, priorizando os cooperados, levando em conta que a Suinco paga a seus produtores um valor menor que o da bolsa ASEMG. Mesmo que a empresa Suinco tenha como base o valor definido pela bolsa, o ideal é seguir o valor registrado pela bolsa a fim de estimular o produtor a produzir mais em termos de qualidade e quantidade, ampliando a suinocultura da região. Outra melhoria que se pode sugerir é que a empresa Suinco ofereça ao comprador do pequeno comércio benefícios como bonificações de produtos e promoções, como é oferecido e feito em grandes comércios.

A principal dificuldade apresentada para a realização deste trabalho foi a falta de conhecimento da cadeia suínica, desde a criação e desenvolvimento dos rebanhos até o frigorífico. Com base nas entrevistas realizadas, foi possível conhecer toda a importância do segmento da cadeia na nossa região.

Com base nessa cadeia, sugerem-se novos estudos que ampliem a sustentabilidade com foco nos impactos ambientais, criando nas granjas a preocupação em fazer o uso racional de água, a reutilização das águas das chuvas com utilização de sistemas de captação da água via telhados e calhas para utilização das limpezas das instalações, bem como, se tratada, para dessedentação dos animais.

REFERÊNCIAS

- ABCS – Associação Brasileira dos Criadores de Suínos. 23 mar. 2016. Disponível em: < <http://www.abcs.org.br/informativo-abcs/2213-producao-de-suínos-bate-recorde>>. Acesso em 13 fev. 2017.
- AGRITAP – Associação dos Granjeiros Integrados do TM e AP. s/d. Disponível em: < <http://www.agritap.com/about-us/>>. Acesso em: 13 fev. 2017.
- ARAÚJO, Massilon J. Fundamentos do Agronegócio. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- ARBAGE, Alessandro Porporatti. Fundamentos de

Economia Rural. 2 ed. Chapecó: Argos, 2012.

ASEMG – Associação dos Suinocultores do Estado de Minas Gerais. 02 maio 2017. Disponível em: www.asemg.com.br/pagina-inicial/precos/. Acesso em 02 maio 2017.

BATALHA, Mário Otávio. Gestão agroindustrial. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BERSANO, Josete Garcia. O desafio de criar suínos com sanidade. Maio, 2010. Disponível em: http://biologico.agricultura.sp.gov.br/artigos_ok.php?id_artigo=133. Acesso em 02 maio 2017.

FARMER, David; JESSOP, David; JONES, David. Compras: princípios e administração. São Paulo: Atlas, 2000.

FATORES QUE INFLUENCIAM o shelf life nos alimentos. Endereço eletrônico: http://aditivosingredientes.com.br/upload_arquivos/201601/2016010118265001453489650.pdf – Acesso em 20 maio 2017.

FERREIRA, Rony Antonio. Suinocultura: manual prático de criação. Viçosa: Aprenda Fácil, 2012.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Pecuária Municipal 2015. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/ppm/quadros/brasil/2015>. Acesso em 13 fev. 2017.

IMA - Instituto Mineiro de Agropecuária. s/d. Disponível em: <http://ima.mg.gov.br/saude-animal/suideos>. Acesso em 02 maio 2017.

POZO, Hamilton. Administração de recursos materiais e patrimoniais. 6 ed. São Paulo: Atlas 2010.

SIGNIFICADO de FOB e CIF. s/d. Disponível em: <https://www.significados.com.br/fob-e-cif/>. Acesso em 02 maio 2017.

SUINCO. s/d. Disponível em: <http://www.Suinco.com.br/fabrica>. Acesso em 13 fev. 2017.

SUINOCULTURA INDUSTRIAL – 20 mai. 2016. Disponível em: <http://www.suinoculturaindustrial.com.br/imprensa/asemg-lanca-mercominas-e-promete-revolucionar-a-comercializacao-de->

[suinos-no/20141217-094452-V967](http://www.suinoculturaindustrial.com.br/imprensa/asemg-lanca-mercominas-e-promete-revolucionar-a-comercializacao-de-suinos-no/20141217-094452-V967). Acesso em 13 fev. 2017.

VELOSO, Amanda Mont'Alvão. Amostras grátis são alternativa para divulgar marcas a potenciais clientes. 11 ago. 2015. Disponível em: <http://www.brazilbeautynews.com/amostras-gratis-sao-alternativa-para-divulgar,850>. Acesso em 09 maio 2015.

ANÁLISE DA CADEIA PRODUTIVA DO FEIJÃO EM MINAS GERAIS



Jesiel Tavares Machado
6.º período do Curso de Agronegócio do Centro
Universitário de Patos de Minas (UNIPAM).
jesiel-tavares2012@hotmail.com



Jorge Marcelo Serafim
6.º período do Curso de Agronegócio do Centro
Universitário de Patos de Minas (UNIPAM).
jorgemarceloek@hotmail.com



Rogerio de Sousa Viera
6.º período do Curso de Agronegócio do Centro
Universitário de Patos de Minas (UNIPAM).
rogeriosousa0309@gmail.com



Jorgiane Suelen de Sousa
Professora do curso de Agronegócio do Centro
Universitário de Patos de Minas
jorgiane@unipam.edu.br