

COMERCIALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO: O ESTUDO DE UM CASO BRASILEIRO 1930-1970

Gordon W. Smith*

I. Introdução

A dinâmica da comercialização de produtos agrícolas durante o processo de desenvolvimento tem recebido pouca atenção nos países em desenvolvimento. É verdade que diversos trabalhos recentes têm explorado a eficiência dos sistemas atuais de comercialização⁽¹⁾.

Mas as análises econômicas e históricas da estrutura da comercialização e das forças que a condicionam são muito ra-

* O autor é professor de Economia na Rice University, Texas, E.U.A.

1. Entre os mais interessantes estão: Uma J. Lele, **Food Grain Marketing in India: Private Performance an Public Policy** (Ithaca, Cornell University Press, 1971); William O. Jones, "Measuring the Effectiveness of Agricultural Marketing in Contributing to Economic Development: Some African Examples", **Food Research Institute Studies**, IX, 3, (1970) pags. 175-196; M.O. Farruk, **The Structure and Performance of the Rice Marketing System in East Pakistan**, Cornell International Agricultural Development Bulletin N.º 23, 1972. Particularmente notáveis são as monografias "Marketing in Developing Communities Series" publicadas sob os auspícios do Centro de Estudos Latino-Americanos da Michigan State University. Uma delas refere-se ao Brasil: **Market Processes in the Recife Area of Northeast Brazil** (East Lansing: 1969) por Charles Slater, Harold Riley e outros. Estes estudos são dinâmicos no sentido de que tentam simular a demanda futura dos serviços de comercialização, mas não são históricos.

ras⁽²⁾. Os obstáculos a tais pesquisas são difíceis de transpor. Os dados referentes ao setor de distribuição são muito precários nos países em desenvolvimento, e eles se tornam piores à medida que se recua no tempo. Agravando o problema, as atividades dos intermediários nunca atraíram muitos observadores.

Este estudo da comercialização do arroz ao longo de quarenta anos na Região Centro-Sul do Brasil reúne-se, portanto, a uma pequena literatura⁽³⁾. A região Centro-Sul, na qual o crescimento econômico e a transformação estrutural têm sido extremamente rápidos, oferece raras oportunidades para este tipo de pesquisa.

Em 1930, a região era seguramente pobre e predominantemente rural. Por volta de 1970, uma estrutura econômica moderna, de base urbana e industrial, tinha sido firmemente implantada. Ao longo desse processo, foram geradas substanciais demandas por serviços de comercialização, enquanto os fatores que moldavam o sistema de distribuição estavam sofrendo profundas modificações.

Sendo o arroz o principal alimento cereal no Brasil e uma de suas mais importantes colheitas, torna-se lógica a sua escolha para este estudo. Nos últimos anos da década de sessenta os brasileiros consumiam anualmente de quarenta a quarenta e cinco quilos de arroz "per capita"⁽⁴⁾, dezesseis vezes o nível dos Estados Unidos e um terço do da China, que é o recorde mundial⁽⁵⁾. Nos quinze anos posteriores à Primeira Guerra Mundial, durante a qual o Brasil se tornou auto-sufi-

2. Nesta linha está o trabalho de Cheng Siok-Hwa, **The Rice Industry of Burma, 1852-1940** (Singapura: 1968).

3. É interessante que John R. Moore tenha argumentado recentemente que também nos Estados Unidos a pesquisa esteja tendendo a se concentrar na eficiência estática, em detrimento das mudanças na comercialização. "The Causes and Consequences of Major Changes in the Organization of Agricultural Marketing", **American Journal of Agricultural Economics**, Agosto de 1966 (Part II), páginas 148-49, 158, 160.

4. De acordo com estimativas feitas por Paul I. Mandell, **The Rise of the Modern Brazilian Rice Industry: Demand Expansion in a Dynamic Economy**, mimeografado, 1971, Tabelas 14 e 15 (sem numeração de páginas).

5. Fundação Getúlio Vargas, **Projections of Supply and Demand for Agricultural Products of Brazil** (Rio de Janeiro, 1967), pag. 50.

ciente, o consumo “per capita” do cereal triplicou⁽⁶⁾ e a produção total aumentou oito vezes, muito além do setor agrícola como um todo⁽⁷⁾.

Este trabalho, portanto, analisa a mudança na comercialização de um produto tradicional, porém dinâmico, numa região em rápido processo de desenvolvimento.

Sem fazer uma distorção indevida da realidade, eu dividi o período em três “etapas”⁽⁸⁾. A primeira etapa, de 1930 a 1950, pode ser corretamente chamada de época de centralização e oligopsônio. Ela se caracteriza pelo transporte ferroviário ou de cabotagem, pelo sistema em que o comprador emprestava dinheiro, e por altas margens de comercialização. Por volta de 1950, os investimentos em estradas são acelerados e o Banco do Brasil expande a um ritmo rápido o seu programa de crédito rural. No começo da década de sessenta a segunda etapa já tinha sido plenamente atingida, e se caracterizava pelo caminhão e pela flexibilidade, descentralização e competição crescente que ele tornou possível. Os oligopsônios regionais não são mais viáveis na medida em que a entrada de novos compradores no mercado e o crédito bancário eliminaram as bases de seu poder. Inevitavelmente, caem as margens de comercialização.

Uma nova etapa parece estar a caminho nos anos setenta, quando métodos modernos de comercialização — marcas comerciais, porções pré-empacotadas — se tornam cada vez mais evidentes. Isto parece predizer uma atenção crescente quanto aos gostos dos consumidores, aos esforços de vendas e à qualidade do produto.

É difícil encontrar informações sobre a comercialização, particularmente antes de 1965. Assim, uma boa parte de meu material se baseia em entrevistas pessoais realizadas em 1963, 1965-67 e 1970.

6. Paul I. Mandell, cit.

7. Werner Baer, *Industrialization and Economic Development in Brazil* (Homewood, 1965) pag. 257 e *Anuário Estatístico do Brasil*, 1970.

8. Os perigos da metodologia de “etapas” são bem conhecidos. Contudo, nas principais forças exógenas que atuam sobre o sistema de comercialização no Brasil costumam se mover em saltos repentinos. Parece válido, pois, aproximar a dinâmica do sistema através da estática comparativa, com a análise das etapas.

As entrevistas eram estruturadas, porém informais⁽⁹⁾. Ao todo eu entrevistei mais de 60 firmas em São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Goiás e Paraná (o apêndice contém uma relação). Falei com banqueiros nessas áreas e recebi a cooperação de muitos funcionários públicos bem informados, especialmente em São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Uma amostra dos “antigos” foi entrevistada com relação aos primeiros anos do período.

Sempre que possível, procurei comprovar a veracidade das afirmações dos entrevistados com outras fontes, e usei as informações obtidas em entrevistas apenas quando houve um consenso entre as respostas.

II. Primeira Etapa: 1930-1950

1. **Antecedentes.** A produção de arroz se expandiu continuamente para terras novas. A partir de regiões próximas ao litoral em São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, as plantações se espalharam para o interior destes Estados nos anos vinte e trinta. O Triângulo Mineiro e Goiás tornaram-se produtores nos anos quarenta e cinquenta, enquanto atualmente Maranhão e Pará, na região Norte, são as mais recentes fronteiras do arroz no Brasil (ver a tabela 1).

O Rio Grande do Sul se destaca dos demais Estados devido às suas técnicas relativamente avançadas de produção e comercialização. Lá, ao contrário do restante do País, o arroz é produzido em terras irrigadas, são usadas espécies selecionadas de sementes e a mecanização está cada vez mais em evidência⁽¹⁰⁾. Somente no Rio Grande do Sul as cooperativas

9. Em 1963 eu usei um questionário formal extensivo, mas um pouco de experiência mostrou-me que eu poderia aprender muito mais se não fizesse perguntas detalhadas sobre as operações individuais das firmas.

10. Ver, por exemplo, Instituto Riograndense do Arroz, **O Arroz no Mundo, o Arroz no Brasil, O Arroz no Rio Grande do Sul** (Porto Alegre: 1969) pags. 17-18, 23-33. O arroz era uma lavoura lucrativa no Rio Grande do Sul, exigindo geralmente grandes investimentos de capital para ser plenamente explorada. As famílias proprietárias mais importantes interessaram-se por ele logo no começo do século, e o arroz se tornou o “café” da região Sul. Ver Fortunato Pimentel, **Aspectos Gerais da Cultura do Arroz no Rio Grande do Sul** (Porto Alegre: 1949) pags. 20, 64.

fizeram grandes avanços com o arroz, e apenas neste Estado a classificação é suficientemente padronizada para atender à demanda do mercado mundial.

TABELA 1
PERCENTAGENS DA PRODUÇÃO BRASILEIRA
TOTAL DE ARROZ

	São Paulo	Rio Grande do Sul	Minas Gerais	Triângulo Mineiro	Goiás	Resto do Brasil
1919	42	14	21	3	4	19
1927/31 (média)	35	23	20	n.a.	6	16
1939	31	22	18	3	6	23
1949	27	20	18	7	9	26
1959	20	18	17	n.a.	12	33
1968	12	19	16	n.a.	19	34

FONTES: Brasil: 1937; Recenseamento Geral do Brasil, 1920: Agricultura; Anuário Estatístico do Brasil, diversos números.

Contudo, a maioria dos brasileiros prefere as variedades das terras altas de São Paulo, Goiás e Minas Gerais. Devido ao seu preço mais baixo, que compensa o tamanho do grão, o arroz do Rio Grande é consumido em maiores proporções por pessoas de renda mais baixa.

2. **Canais e Atividades de Comercialização.** Nesse período inicial, o arroz era transportado por trens, navios costeiros e barcaças. Esses meios de transporte tendem a concentrar as atividades de comercialização em pontos intermediários do sistema de transporte — grandes portos e centros ferroviários.⁽¹¹⁾ E assim foi neste caso, ficando a comercialização do arroz dividida em dois sistemas regionais com centros em Porto Alegre e em São Paulo.

11. Sobre a centralização da comercialização nos Estados Unidos durante a época das estradas de ferro, ver Geoffrey Shephard, *Marketing Farm Products*, terceira edição (Ames: 1961), pags. 38-40.

Porto Alegre, principal porto e centro ferroviário do Rio Grande do Sul, canalizava os grandes excedentes do Estado para o Rio de Janeiro e, em menor importância, para São Paulo, para os Estados mais pobres do norte do País e para os mercados externos⁽¹²⁾. Os fazendeiros do Rio Grande do Sul vendiam sua produção principalmente no interior, para intermediários ou para usinas locais de beneficiamento, ou para compradores que representavam as usinas maiores de Porto Alegre. Embora alguns vendessem em Porto Alegre, diretamente ou em consignação, isto não era comum. O fazendeiro não só estava frequentemente comprometido a vender para a usina que o havia financiado, como também algumas vezes era enganado nas transações em consignação⁽¹³⁾.

A maioria das usinas de beneficiamento era muito pequena para estar integrada com a fazenda e com as funções de beneficiamento e de exportação sob uma só direção. Ao contrário, elas compravam o arroz dos fazendeiros e pagavam uma comissão a corretores para vendê-lo quer a “exportadores” — firmas especializadas em colocar o arroz junto a compradores de outros Estados — quer a usinas maiores, integradas.

Mesmo as usinas maiores não vendiam diretamente em outras partes do Brasil. Elas ficavam na dependência de corretores comissionados nessas áreas para encontrar compradores. Complementando este aspecto local, notava-se que eram raros os empregados de firmas sediadas em outros Estados que operavam no mercado de Porto Alegre, e nunca eram encontrados no interior. O Rio Grande do Sul estava reservado aos gaúchos, e isto provavelmente reforçou o oligopsonio regional.

São Paulo constituía-se no eixo ferroviário através do qual a sua produção, a de Goiás e a da maior parte de Minas Gerais passava para atingir o resto do Brasil. A cidade tinha sido um importante centro de beneficiamento quando a produção de arroz estava concentrada não muito longe da capital. Mas à medida que as plantações se moviam para o inte-

12. Os dados sobre o destino das mercadorias embarcadas são encontrados no *Boletim da Associação Comercial de Porto Alegre*, vários números.

13. *Observador Econômico e Financeiro*, L (março de 1940), pag. 113.

rior, as usinas se deslocaram em sua direção. Por volta da década de quarenta havia surgido uma nítida separação entre o “cerealista” de São Paulo, um intermediário puro (especialista no comércio atacadista de cereais, inclusive feijão) e o “maquinista” ou proprietário das usinas de beneficiamento, que operava nas zonas produtoras⁽¹⁴⁾.

As usinas tinham como norma não vender diretamente em São Paulo. Em vez disso, elas transacionavam com os grandes cerealistas ou vendiam em consignação na capital. Da mesma forma que as usinas do Rio Grande do Sul, os maiores cerealistas de São Paulo eram muito restritos em suas operações. Eles vendiam em outros mercados através de corretores comissionados ou em consignação, não operando nas áreas de produção fora da região de São Paulo.

Os canais de comercialização nas grandes cidades eram ainda mais fragmentados pela estrutura atomística do comércio varejista de alimentos⁽¹⁵⁾. O arroz atingia os consumidores principalmente através de mercearias muito pequenas. Como esses armazéns compravam em pequenas quantidades e geralmente solicitavam crédito, os atacadistas que operavam com toda a linha de produtos de armazém, satisfaziam da maneira mais econômica suas necessidades. Assim, os cerealistas e os corretores que representavam as grandes usinas do Rio Grande do Sul vendiam no Rio ou em São Paulo principalmente para os atacadistas, sendo raras as vendas diretas aos varejistas.

Deste modo, os canais de comercialização na Primeira Etapa funcionavam pela via indireta, envolvendo um grande número de manipulações e transações até chegar aos consumidores. As firmas geralmente possuíam um alto grau de especialização, havendo poucos casos de integração horizontal, através das regiões. Da mesma maneira que na vida

-
14. Conheço apenas uma exceção a isto, Labate-Sciatigno, fundada em 1943 e desfeita em 1963. Era um grande cerealista de São Paulo com uma grande usina de beneficiamento em Olímpia, São Paulo.
 15. Este parágrafo se baseia fortemente nas entrevistas de Wanderley Bocchi, Presidente da Associação de Comércio Varejista de São Paulo (1963), Pedrinho Labate, um corretor comissionado que foi o pioneiro das vendas diretas aos varejistas (1963, 1970), e Phellippe Allain, Diretor dos Supermercados Peg-Pag (1963, 1970), que opera em São Paulo e no Rio de Janeiro.

política e cultural brasileira, dominava o interesse local. A conclusão é que os custos de comercialização eram seguramente altos.

3. Funcionamento do Mercado. A determinação tanto dos preços como do nível da maioria das atividades de comercialização fazia-se através dos mercados e não em decorrência de decisões internas das firmas. As pessoas que eu entrevistei praticamente concordavam com a opinião de que os mercados não funcionavam muito bem. Elas sustentavam que o oligopsônio apresentava-se como regra nos mercados do interior. Não havia muita confiança em arbitragem espacial devido ao inadequado sistema de comunicações e às poucas informações de mercado disponíveis para os fazendeiros. Havia poucas estradas no interior, tornando esporádica a entrada de novos compradores, que poderia ter reduzido o poder do oligopsônio local.

Nada contribuiu mais para o comportamento não-competitivo do mercado do que o sistema de financiamento do cultivo de arroz através de empréstimos fornecidos pelos comerciantes. O crédito rural e a rede bancária eram pobremente desenvolvidos⁽¹⁶⁾.

Em vez de emprestar aos fazendeiros, pois isso acarretaria custos administrativos, os bancos, mesmo o Banco do Brasil, preferiam financiar as usinas de beneficiamento.⁽¹⁷⁾ As usinas, adicionando uma quantia interminável de seus próprios recursos financiavam então os fazendeiros. Uma condição normal do empréstimo era o compromisso de vender a produção à usina, logo após a colheita, muitas vezes a preços previamente contratados e pesadamente descontados. Nos períodos de maior abundância de recursos, os encargos dire-

16. Já em 1954 os especialistas estimavam que 10% dos financiamentos totais aos fazendeiros (exclusive capital próprio) eram provenientes do Banco do Brasil, 8% de outros bancos, 20% de indivíduos que emprestavam dinheiro e 62% dos comerciantes. Klein e Saks, *O Problema de Alimentação no Brasil* (Rio de Janeiro: 1954), pag. 75.

17. Conforme conversas com funcionários dos escritórios centrais do Banco do Brasil no Rio de Janeiro e com o Diretor da Agência do Banco do Brasil em Porto Alegre (Junho e Agosto de 1963, respectivamente).

tos de juros pareciam ser “razoáveis”⁽¹⁸⁾ e a usina pagava o preço de mercado na época de liquidação do empréstimo. Mas, como nos foi afirmado, os oligopsonistas frequentemente forçavam quedas exageradas nos preços durante os meses de colheita, época em que os fazendeiros viam-se obrigados a vender.

Esta descrição conduz à conclusão de que as margens, já elevadas devido aos canais indiretos de comercialização, ficavam ainda mais aumentadas devido aos lucros oligopsonistas. As ineficiências da Primeira Etapa não podem ser plenamente documentadas. Como os dados mais completos do período referem-se ao Rio Grande do Sul, eu primeiro testarei o modelo de oligopsônio-e-financiamento-pelos-comerciantes para esta região durante a década de trinta. Depois eu apresentarei evidência da validade do modelo para o Triângulo Mineiro e o sul de Goiás.

4. Oligopsônio no Rio Grande do Sul. Na década de vinte, o comércio de arroz no Rio Grande do Sul era dominado por uma única firma, Arrozeira Brasileira⁽¹⁹⁾, como mais tarde viria a se chamar. Nos anos de seu poderio máximo, durante a segunda metade da década, a Arrozeira embarcava no Rio Grande do Sul até 36.000 toneladas por ano⁽²⁰⁾, 40-50% do total das exportações do Estado. A Arrozeira obteve uma grande vantagem quando se associou a uma firma italiana (de Gênova), Flugoni e Previ, que já controlava “La Arrozera Argentina” em Buenos Aires. Os italianos forneciam para a maior usina do Estado, em Porto Alegre, e obtinham grandes créditos por intermédio do Banco Francês e Italiano. A capacidade da Arrozeira em financiar fazendeiros em larga escala garantiu-lhe uma certa vantagem competitiva.

18. Por volta de 1940, taxas de cerca de 15% ao ano eram típicas no Rio Grande do Sul, enquanto a inflação atingia 10%. **Observador Econômico e Financeiro**, L (Março de 1940), pag. 112. A concorrência também manteve baixas as taxas cobradas pelas usinas na Colômbia. Ver Phillippe P. Leurquia, “Rice in Colombia: A Case Study of Agricultural Development”, **Food Research Institute Studies**, VII, 2, 1967, pag. 255.

19. Todas as informações sobre os anos iniciais da Arrozeira Brasileira foram obtidas de Hugo e Fernando Kessler, antigos diretores da empresa, em uma entrevista realizada em julho de 1976.

20. Conforme Hugo e Fernando Kessler. Encontrei dados publicados de exportação por firmas apenas a partir de 1934.

Aproveitando-se de seu poder de mercado, a Arrozadeira deve ter pressionado as quedas e elevações anuais de preço em Porto Alegre⁽²¹⁾. Dessa forma, compras nos mercados do interior, vinculados a Porto Alegre, podiam ser feitas a preços baixos, não-competitivos. Mais tarde, as vendas dos estoques iriam alcançar preços mais próximos das condições reais de oferta e demanda.

Infelizmente, os dados mensais de preços para o produtor só passaram a ser coletados no interior do Estado a partir de 1966, e os preços registrados no mercado de Porto Alegre começaram em 1930, depois que o posição da Arrozadeira no mercado tinha começado a declinar. Ainda assim, as taxas de concentração ao longo da maior parte dos anos trinta mostravam-se relativamente elevadas (ver tabela 2), e o financiamento vinculado às usinas continuava influente. Será que os preços na década de trinta mostrariam evidência do comportamento não-competitivo que se supunha predominante na década anterior?

TABELA 2

**TAXAS DE CONCENTRAÇÃO DAS EXPORTAÇÕES
TOTAIS DE ARROZ NO RIO GRANDE DO SUL**
(anos seleccionados)

	A maior	As quatro maiores	As oito maiores
1934	21% (Arrozadeira)	45%	65%
1935	26 (Arrozadeira)	55	77
1936	15	41	64
1938	12 (Arrozadeira)	38	58
1939	10	34	56
1946	9 (Arrozadeira)	28	47
1949	8	22	38
1959	7	18	28
1960	7	19	32

21. Todos os informantes exceto os irmãos Kessler concordam com essa afirmação. Referência a tais manobras também é feita por Alvaro Ornelles de Souza, **Alguns Aspectos da Economia Arrozadeira no Rio Grande do Sul** (Porto Alegre, IRGA: 1959), pag. 2.

NOTAS: Os dados se baseiam nos embarques do porto. Após 1960 eles não representam uma visão correta porque o transporte rodoviário tornou-se predominante. Dados anteriores a 1934 não são disponíveis.

FONTES: Sindicato Arrozeiro do Rio Grande do Sul, *A Cultura do Arroz no Rio Grande do Sul* (Porto Alegre: 1935), Associação Comercial de Porto Alegre, *Boletim*, diversos números.

Para esclarecer isto, eu calculei índices sazonais de preços do arroz na Bolsa de Gêneros de Porto Alegre para diversos subperíodos, 1930-1968 (ver tabela 3). Se o mercado se comportava da maneira descrita acima, esperaríamos observar duas coisas.

TABELA 3

ÍNDICES SAZONAIS DE PREÇOS DO ARROZ DE GRÃO CURTO (“JAPONÊS ESPECIAL”) EM PORTO ALEGRE

	1930-39	1940-49	1952-58	1964-68
Abril	94,8	99,6	101,5	98,0
Mai	94,8	99,0	99,7	95,6
Junho	92,5	98,1	98,6	96,0
Julho	94,0	98,0	100,3	97,4
Agosto	94,4	97,7	100,5	99,5
Setembro	100,7	97,6	100,1	102,6
Outubro	102,8	99,6	97,0	103,6
Novembro	106,1	100,6	98,5	100,4
Dezembro	105,3	101,3	99,8	99,5
Janeiro	107,7	103,6	101,1	101,7
Fevereiro	104,9	103,2	103,4	104,6
Março	102,0	101,9	99,3	101,4
Aumento máximo até o pico	16,4%	6,1%	4,9%	4,8%
Médias:				
Abril-agosto	94,1	98,5	100,1	97,3
setembro-março	104,2	101,2	99,9	102,0
aumentos	10,7%	2,6%	0	4,8%

Fontes dos dados originais: 1930-1949, IRGA, *Anuário Esta-*

tístico do Arroz, n.º 5 (Porto Alegre: 1950); 1952-1968, Bolsa de Mercadorias, Porto Alegre.

Notas: Índices sazonais são medidos com uma média móvel de doze meses. O arroz de grão curto era 80-90% da produção do Rio Grande do Sul nos anos trinta e quarenta. 1951-52 e 1959-63 tiveram de ser omitidos devido à ausência de negócios em muitos meses.

Os aumentos sazonais de preços após a época das colheitas deveria ser maior durante os anos trinta do que nos períodos subsequentes. E eles foram. Além disso, os aumentos de preço deveriam ocorrer mais **repentinamente**, na medida em que os oligopsonistas os provocassem. O índice do período 1930-1939 eleva-se em quase 7% de agosto para setembro, coincidindo com o fim da principal estação de vendas. Nos três meses que se seguem a agosto, o aumento sazonal é da ordem de 12,4% e se torna estável depois disso. O contraste com o comportamento nos outros anos é muito grande.

Estatisticamente, as diferenças no índice sazonal entre os diferentes períodos não são usualmente significantes, na maioria das vezes. Este fato é motivado pela instabilidade verificada de ano para ano na magnitude e a duração das mudanças de preço ao longo da estação, sugerindo que um alto grau de incerteza acompanhava a operação do oligopsônio.

Quando, por outro lado, olhamos para os aumentos sazonais de preços durante os meses desde a colheita até o pico no final da estação — permitindo que o período exato varie de ano para ano — os contrastes são mais óbvios e estatisticamente significantes (ver a tabela 4) O aumento médio de 35,6% até o pico, durante os anos trinta, não é mais atingido nos anos posteriores. Os preços sazonais se alteraram no Rio Grande do Sul após 1939, e na direção prevista pelo modelo oligopsonista.

Uma evidência adicional pode ser citada. O mercado de São Paulo nos anos trinta era razoavelmente competitivo. Além das usinas de beneficiamento do Rio Grande do Sul, muitas outras da região de São Paulo vendiam aqui em consigna-ção. Os cerealistas de São Paulo formavam uma outra força poderosa. Assim, se o modelo de oligopsônio é correto, o comportamento dos preços em São Paulo deve diferir de uma maneira não trivial do de Porto Alegre.

TABELA 4

Arroz de Grão Curto: Aumentos Percentuais no Índice Sazonal de Preços, dos Meses de Colheita, Abril a Agosto, aos Meses de Pico, Setembro a Março

	1930-39		1940-48		1952-57
1931	17,4	1940	18,0	1952	7,5
1932	40,6	1941	21,3	1953	21,2
1933	51,9	1942	11,4	1954	6,0
1934	22,0	1943	6,7	1955	4,7
1935	18,4	1944	10,6	1956	33,6
1936	44,3	1945	6,0	1957	8,6
1937	38,8	1946	7,6	Mediana=	8
1938	20,8	1947	12,4	Média =	13
1939	35,6	1948	21,5	1964-67	
Mediana =	35,6	Mediana =	11,4	1964	5,2
Média =	32,2	Média =	12,8	1965	14,9
				1966	38,7
				1967	17,6
				Mediana=	16,3
				Média =	19,1

NOTAS: As diferenças são significativas ao nível de 1% entre 1930-39 e para os demais períodos, exceto 1964-67, a significância foi ao nível de 10%. Foi usado o teste U de Mann-Whitney.

TABELA 5

ÍNDICE SAZONAL MÉDIO DE PREÇOS, 1932-39

Arroz de Grão Longo (“Agulha”) Bolsa de Cereais de São Paulo.

Fevereiro	96,3
Março	94,0
Abril	94,8
Maio	98,5
Junho	98,1
Julho	101,2
Agosto	101,8
Setembro	102,0
Outubro	103,2
Novembro	104,4
Dezembro	102,9
Janeiro	102,8
Até o pico	11,1%
Colheita: Fevereiro-Junho	96,3
Entressafra: Julho-Janeiro	102,6
Aumento	6,5%

Fonte dos dados básicos: Bolsa de Cereais de São Paulo, Dados a partir de julho de 1931

Notas: “Agulha”, um arroz de grão longo, era a única espécie transacionada regularmente na Bolsa de Cereais de São Paulo.

TABELA 6

Aumento Percentual nos Índices Sazonais de Preços, do mês mais baixo, durante a colheita, até o pico, na entressafra.

	São Paulo	Porto Alegre
1932	19,6	40,6
1933	24,8	51,9
1934	10,9	22,0
1935	1,8	18,4
1936	37,0	44,3
1937	11,9	38,8
1938	7,8	20,8
1939	34,1	35,6
Mediana	15,8%	28,8%
Média	18,5%	34,0%

A comparação da tabela 5 com a tabela 3 mostrará que o índice sazonal era talvez uma vez e meia maior em Porto Alegre. Em contraste com quase 7% de aumento em Porto Alegre (agosto-setembro) o fim da estação de venda em São Paulo provoca um acréscimo de 3% no índice sazonal. Aqui, novamente, as médias dificultam a visão. Mais clara é a tabela 6, que mostra que, quando se permite que o período varie, os aumentos até o pico tornavam-se duas vezes maiores em Porto Alegre, ultrapassavam os de São Paulo em todos os anos. Claramente, os mercados se comportam diferentemente, das maneiras previstas pelo modelo de oligopsônio. Pode-se apenas especular que os preços pagos ao fazendeiro deveriam mostrar uma evidência ainda mais acentuada dos movimentos não-competitivos.

5. Oligopsônio no Triângulo Mineiro e no Sul de Goiás. Um outro caso importante, embora bem menos documentado, de oligopsônio-e-financiamento-pelos-comerciantes acompanhou o avanço da produção de arroz no Triângulo Mineiro e no Sul de Goiás.⁽²²⁾ Os comerciantes e os dados publicados estão de acordo em que na década de quarenta e no começo da década de cinquenta, o domínio do mercado pertencia a umas duas ou no máximo quatro usinas de beneficiamento, de uma maneira semelhante a que ocorreu no Rio Grande do Sul⁽²³⁾.

O oligopsônio era facilitado por um severo estrangulamento no sistema de transportes, que frequentemente, nos meses de colheita, deixava esse mercado isolado de São Paulo, permitindo diferenciais especiais de preço muito grandes⁽²⁴⁾. Não é surpreendente que os preços em São Paulo, do arroz

22. A principal fonte publicada sobre este oligopsônio é Joint Brazil — United States Economic Development Commission, "Warehousing and Other Factors Influencing Food Production in Certain Sections of the States of Minas Gerais and Goiás" in **Brazilian Technical Studies** (Washington: 1955). Eu suplementei esta informação com entrevistas realizadas nessa área e em São Paulo.

23. *Ibid.*, pag. 421. Por volta de 1950-51, vinte por cento parecem não ser uma participação de mercado muito elevada para as duas maiores firmas na região do Triângulo Mineiro e do Sul de Goiás. Ver G. W. Smith, **Marketing and Economic Development: A Brazilian Case Study**, dissertação de Ph. D., não publicada, Harvard University, 1965, pags. 192-203.

24. *Ibid.*, pag. 197.

de grão longo desta região, mostrem pouca evidência do comportamento encontrado em Porto Alegre⁽²⁵⁾. As variações sazonais eram certamente muito maiores nos preços pagos na fazenda.

6. **O Oligopsônio é Temporário.** O poder de mercado exigido por esse comportamento completamente não-competitivo foi temporário. A queda na razão de concentração no Rio Grande do Sul já foi notada. As novas entradas eram mais rápidas na área do Triângulo Mineiro. Por volta de 1953, após dois anos de grande expansão, 127 usinas de beneficiamento estavam operando nos quatro centros principais do Triângulo⁽²⁶⁾. Já em 1957, um grupo de especialistas descreveu a zona do Triângulo como muito competitiva, com rendimentos não superiores aos lucros normais.⁽²⁷⁾ E em 1963 as duas maiores usinas tinham sentido uma grande queda no volume anual produzido, que caiu de 500.000 sacas, cada uma, dez anos antes, para apenas 100.000-150.000⁽²⁸⁾, à medida que o número de usinas duplicou⁽²⁹⁾.

A predominância de poucas firmas estava enraizada na abundância de recursos financeiros e na chegada anterior. Para manter suas participações no mercado à medida que a produção se expandia, as usinas maiores precisariam ter tido a proteção de fortes barreiras à entrada de novas e/ou economias de escala significantes. Nem uma coisa nem outra foram importantes, àquela época. Como resultado, a administração superior e as somas de capital necessárias para operações de grande escala muito provavelmente encontraram retornos maiores em outras áreas. Esta provavelmente é

25. *Ibid.*, pag. 194.

26. Joint Brazil-United States Economic Development Commission, *op.cit.* pag. 427.

27. "Situação dos Cereais no Triângulo Mineiro e Sul de Goiás", (relatório não publicado do Grupo Técnico de São Paulo ao Conselho Nacional de Abastecimento, julho de 1957).

28. De acordo com uma entrevista realizada em outubro de 1963 com o chefe de uma das firmas, corroborada por outros comerciantes da região.

29. De acordo com o diretor da agência do IBGE em Uberlândia, em outubro de 1963.

também a razão pela qual os grandes grupos econômicos ligados à agricultura nunca foram atraídos pelo arroz⁽³⁰⁾.

Isto ainda não significa que os lucros não-competitivos tenham sido eliminados pela entrada de novos agentes. O crédito escasso, as poucas informações sobre o mercado e as ligações precárias de transporte e comunicações ainda sugerem que os lucros não-competitivos fossem comuns. Mas a livre entrada garantia que os oligopsônios de grande proporções não poderiam persistir indefinidamente. É interessante notar que os mercados de arroz em diversos outros países em desenvolvimento parecem ter se tornado competitivos pela mesma razão⁽³¹⁾

III Segunda Etapa: 1951-1967

Durante este período o Brasil seguiu uma estratégia de industrialização baseada na substituição de importações, escorada por investimentos maciços na infra-estrutura econômica. O crescimento real no País foi em média 6%, liderado pela indústria 7,2,⁽³²⁾ enquanto a população urbana explodia a uma taxa de 5% ao ano.⁽³³⁾ Tudo isto trouxe mudanças profundas nas condições que definem os sistemas de comercialização.

30. Conheço apenas duas exceções a isto. O Grupo Matarazzo que possuía uma grande usina de beneficiamento em São Paulo, no começo do século, e o grupo Bunge-Born (Moinhos Santista, SANBRA, etc.) que operou a Brazilarroz em Porto Alegre, de 1935 até a década de cinquenta. Nenhum dos dois cresceu extraordinariamente. Sobre o grupo Matarazzo, ver Secretaria da Agricultura, Comércio e Obras Públicas do Estado de São Paulo, **Boletim da Directoria de Industria e Comercio**, setembro, 1912, pag. 408.

31. Ver, por exemplo, quanto à Índia, Uma J. Lele, *op. cit.*, pags. 63-83; quanto à Colômbia, Phillippe P. Leurquia, *op. cit.*, pags. 255, 259. Para uma conclusão oposta no que diz respeito ao Chile, ver Carlos Fletschner, **Structural Patterns in the Marketing of Selected Agricultural Products in Chile: the Position of Small and Large Growers** (land Tenure Center Research Paper, University of Wisconsin: 1971), pags. 20-63.

32. Calculado a partir dos índices de **Conjuntura Econômica**, XXV, 9, 1971, pag. 98.

33. Fonte dos dados básicos, IBGE, **Anuário Estatístico do Brasil**, diversos números.

1. **Transporte.** A demanda que nasceu durante esse período⁽³⁴⁾ por mais e melhores transportes foi atendida com um grande programa de estradas. A rede de estradas de rodagem mais do que triplicou, de 1952 a 1968, atingindo 940.000 km, enquanto sua qualidade aumentava enormemente. Apenas no Estado de São Paulo as estradas pavimentadas aumentaram de apenas 64 km em 1944 para 13.300 em 1968⁽³⁵⁾.

Por volta do início da década dos sessenta o caminhão já podia suplantar grandemente o trem e a navegação costeira no transporte do arroz. Esta mudança provocou outras muito importantes. A competição aumentou consideravelmente. Surgiram muitos intermerdiários que iam com o caminhão, compravam o produto nas fazendas e o vendiam às usinas de beneficiamento nos centros maiores. Isto certamente aumentou as alternativas de venda abertas aos produtores.

O caminhão, por tornar desnecessárias as escalas de transporte em Porto Alegre e São Paulo, também descentralizou os canais de comercialização. As usinas se deslocaram em proporções crescentes para os maiores centros consumidores. Isto acelerou o desaparecimento do “exportador” em Porto Alegre e reduziu substancialmente os negócios dos cerealistas de São Paulo. A função de mercado central desempenhada por estas duas cidades desapareceu muito rapidamente, testemunhando o brusco declínio de seus mercados organizados⁽³⁶⁾.

34. As condições de transporte chegaram a proporções estrangulantes no começo dos anos cinquenta, o que provocou uma corrida de investimentos nos quinze anos seguintes. Sobre o estrangulamento, ver Joint Brazil-United States Economic Development Commission, **The Development of Brazil** (Washington): 1953) pag. 90.

35. Fontes: **Anuário Estatístico do Brasil**, diversos números; **Conjuntura Econômica**, julho de 1965, pags. 73-75.

36. Por volta de 1963, as transações totais de arroz na Bolsa de Cereais de São Paulo tinham caído a 6.250 toneladas, comparadas ao pico de 39.000 toneladas em meados da década de cinquenta. Em 1970 os negócios foram tão baixos que a Bolsa se recusou a divulgar a quantidade. Os dados da Bolsa de Porto Alegre não são disponíveis. Já em 1963 foi dito ao autor, diversas vezes, que a Bolsa deveria fechar, tão pequenas eram suas transações.

As tarifas dos caminhões eram em geral mais elevadas. Mas a deterioração dos serviços oferecidos pela ferrovia e pela navegação costeira era tão grande que quando os roubos, as perdas e os atrasos eram adicionados aos custos mais altos de manipulação, o caminhão geralmente resultava mais barato, exceto para quantidades muito grandes ou percursos muito longos.

Considerando-se tudo isto — o fortalecimento da competição, um número menor de transações e o transporte geralmente mais barato — o caminhão deve ter reduzido as margens de comercialização.

2. **Crédito.** Os responsáveis pela política econômica não perceberam muito claramente que o esforço de desenvolvimento poderia ser frustrado por um fraco desempenho da agricultura. Entre as medidas tomadas para contornar este estrangulamento potencial, O Banco do Brasil aumentou seus empréstimos para as despesas de cultivo.⁽³⁷⁾ O arroz estava entre os principais beneficiários, e a parcela da colheita financiada pelo Banco, em todo o Brasil, aumentou de 5% em 1950 para 42% em 1963 e mais de 50% nos últimos anos da década de sessenta. No Rio Grande do Sul, já no começo dessa década, o Banco do Brasil estava financiando mais de 90% da colheita⁽³⁸⁾. Este programa era suplementado por fundos de bancos estaduais, em muitas regiões (por exemplo, Minas Gerais e São Paulo).

Seguiu-se um drástico declínio no sistema de empréstimos por parte dos negociantes. Em 1963, todos os proprietários de usinas que eu entrevistei no Rio Grande do Sul, em São Paulo e no Triângulo Mineiro afirmaram que tinham reduzido grandemente seus empréstimos aos fazendeiros. Em 1970 eu já não encontrei um sequer que ainda realizasse empréstimos em escala significativa⁽³⁹⁾.

37 Ver Gordon W. Smith, "Brazilian Agricultural Policy: 1950-1967" in Howard S. Ellis (editor), *The Economy of Brazil* (Berkeley: 1969), pags. 239-241.

38. Fontes: CREA, Banco do Brasil; SEP; IRGA, *Anuário Estatístico do Arroz*, vários números.

39. Esta informação foi confirmada por funcionários do Banco do Brasil, das companhias de armazenagem e por outros observadores dos fenômenos de comercialização.

A alternativa de financiamento bancário deve ter aumentado a posição competitiva de muitos fazendeiros.

3. Outros Aspectos em Desenvolvimento. As estradas e o crédito bancário foram os impactos mais fortes que atuaram sobre o sistema de comercialização. Além destes, outros podem ser destacados:

a. As cadeias de lojas, particularmente no Rio de Janeiro, passaram por uma contínua expansão. Em proporção crescente, estas cadeias se abasteciam diretamente nas usinas de beneficiamento ou através de intermediários que as representavam⁽⁴⁰⁾.

b. Em São Paulo, as feiras livres tornaram-se as principais vendedoras varejistas de arroz no início da década de sessenta⁽⁴¹⁾. Os feirantes especializados em cereais frequentemente operavam barracas em diversos lugares, simultaneamente, e adquiriam quantidades suficientemente grandes para compensar a compra diretamente dos cerealistas ou dos corretores que representavam as usinas⁽⁴²⁾.

c. No Rio Grande do Sul, as cooperativas produziam uma proporção sempre crescente da produção, chegando a alcançar 50% da colheita em 1964 e 1965. Por volta de 1970, esta percentagem estava reduzida à metade⁽⁴³⁾, o que se constituiu em um exemplo do poder do imposto de circulação (IVC) para distorcer os canais de mercado. Este imposto era cobrado em cada transação e calculado a taxas cada vez maiores, chegando a 6% na maioria dos Estados em meados da década de sessenta. Mas a entrega do produto às cooperativas era isenta do pagamento do imposto, enquanto a venda às usinas não era. Um grande número de cooperativas

40. Ver Meyer Stilman, **O Comércio Varejista e os Supermercados na Cidade de São Paulo**, vol. II (São Paulo: 1962) pags. 274, 297.

41. De acordo com minhas entrevistas, mais tarde corroboradas por uma amostra. Ver Instituto de Economia Agrícola, **Desenvolvimento da Agricultura Paulista** (São Paulo: 1972), pags. 152-154.

42. A maior parte dos usineiros, cerealistas e corretores que eu entrevistei em 1963 indicaram um grande deslocamento em suas vendas, afastando-se dos atacadistas e aproximando-se cada vez mais dos varejistas, tanto no Rio quanto em São Paulo.

43. Ambos os dados de acordo com a Federação das Cooperativas de Arroz no Rio Grande do Sul.

se tornaram viáveis apenas devido a essa isenção e desapareceram depois que o imposto de circulação foi substituído por um imposto sobre o valor adicionado (ICM) em 1967.

O verdadeiro valor econômico dos canais de comercialização mais diretos e da integração vertical, fica obscurecido pelo imposto de circulação. Contudo, as tendências fundamentais persistiram depois do desaparecimento deste imposto, e parecem estar baseadas em sua mudança real. O declínio nas transações com o mercado central é permanente, enquanto as cadeias de lojas e supermercados se tornam cada vez mais desenvolvidas. As semelhanças com os Estados Unidos são claras. ⁽⁴⁴⁾

4. Tendências das Margens de Comercialização. Qual foi o impacto dessas mudanças estruturais sobre o desempenho da comercialização? As informações que nós temos indicam declínios significantes nas margens do comércio atacadista.

Os custos de comercialização (sem considerar o processamento) podem ser divididos em dois componentes: (a) margens instantâneas ao longo do espaço e dos canais de mercado; (b) mudanças no preço, ao longo do tempo, depois que o produto saiu da fazenda e entrou no sistema de distribuição. O primeiro componente é medido aproximadamente pela diferença entre o preço pago ao fazendeiro e o preço no mercado atacadista durante os meses de colheita; o segundo, pelo aumento do preço nos meses posteriores à colheita.

(a) **Tendências das margens espaciais.** Temos os preços pagos aos fazendeiros, razoavelmente acurados, ao longo do período, apenas para Rio Grande do Sul e São Paulo. Para estes dois Estados, eu fiz uma regressão entre os preços nas fazendas, do arroz bruto, e os preços no atacado, do arroz beneficiado, ambos durante os meses de colheita, numa tendência temporal. Supondo que a qualidade média do arroz vendido pelos fazendeiros tenha permanecido mais ou menos constante, como parece ter acontecido, a tendência irá captar as mudanças nas margens “instantâneas”.

44. Sobre a descentralização nos Estados Unidos e suas causas, ver John R. Moore, *op. cit.*, pags. 150-52, e as obras aí citadas.

A inclinação é significativamente positiva nos dois Estados (ver tabela 7). Seu coeficiente sugere que por volta de 1968 os preços na fazenda eram cerca de 15% mais elevado, em ambos os Estados, do que teriam sido em 1952, para o preço médio de atacado 1952-1968. No Rio Grande do Sul a constante é insignificante, o que indica que a parcela do fazendeiro no preço de atacado líquido do imposto de circulação é uma medida apropriada das margens. Ela aumenta de 52,3% em 1952-55, para 60,7% em 1964-68 (isto não considera as perdas no processo de beneficiamento).

Os preços pagos aos fazendeiros no Estado de Goiás são de um rigor mais questionável, mas seu aumento relativamente aos preços no mercado de São Paulo é indiscutível (ver tabela 8). A queda bruta nas margens aparentes durante meados da década de cinquenta reflete a superação do estrangulamento no sistema de transporte e o fim dos poderosos oligopsônios na região do Triângulo Mineiro e do Sul de Goiás.

Assim, a evidência indica reduções importantes nos diferenciais de preços entre as regiões agrícolas e os mercados das cidades centrais. As margens entre os mercados centrais são também de algum interesse. Eu fiz uma regressão dos preços médios anuais do arroz de grão curto e de grão longo⁽⁴⁵⁾, em Porto Alegre, com os preços dos mesmos tipos de arroz em São Paulo, e uma série temporal⁽⁴⁶⁾. Os resultados não são muito conclusivos.

Eles sugerem um certo declínio nas diferenças entre as duas cidades, mas quanto ao arroz de grão longo a tendência não é significativa ao nível de 5%. Com a variedade de grão curto, os preços de Porto Alegre parecem ter aumentado cerca de 6% com relação ao mercado de São Paulo. Reduções menos dramáticas não são surpreendentes, uma vez que a comercialização entre as duas cidades já era razoavelmente

45. O comércio do arroz de grão médio, do Rio Grande do Sul, era muito irregular em São Paulo para ser incluído.

46. Observações de diversos anos tiveram que ser excluídas porque os mercados estiveram inativos a maior parte do tempo.

TABELA 7

**REGRESSÕES PARA DETERMINAR A TENDÊNCIA
DAS MARGENS — RIO GRANDE DO SUL**

$$FP_t = 0,41 + 0,43 (PPA_t) + 1,34 (YR) \\ (0,04) \quad (0,40) \quad R^2 = 0,91$$

FP = preço médio para o fazendeiro, arroz bruto, 50 quilos.
PPA = preço médio na Bolsa de Gêneros de Porto Alegre, 60 quilos, período de abril a setembro. Arroz beneficiado de grãos longos, médios e curtos, ponderados pela participação de cada tipo de grão na produção total do Estado.

YR = Tendência, 1952 = 1.

O aumento no preço para o fazendeiro, devido à tendência, foi 14,2% do preço médio para o fazendeiro, no período 1952-1968.

São Paulo

$$FP_t = 50,15 + 0,56 (PSP_g) + 2,22 (YR) \\ (0,04) \quad R^2 = 0,92$$

FP = preço médio para o fazendeiro, arroz bruto, 60 quilos.
PSP = preço médio de atacado, arroz de grão longo ("Aguilha"), abril a setembro, 60 quilos.

YR = Tendência, 1949 = 1.

Aumento no preço devido à tendência = 16,7% do preço médio para o fazendeiro 1949-1968 e 14,9% no período 1952-1968.

NOTAS: Preço de atacado, livre dos impostos de circulação e de valor adicionado cobrados sobre as transações de atacado.

Todos os preços estão deflacionados para cruzeiros de 1953 pelo índice de preços n.º 2 de Conjuntura Econômica.

FONTES DOS DADOS: Rio Grande do Sul: Bolsa de Mercadorias, Instituto Rio-Grandense do Arroz; São Paulo, atacado: Prefeitura de São Paulo; Fazendeiros: Instituto de Economia Rural.

TABELA 8

Preço do Arroz Bruto* de Goiás, como uma Percentagem do Preço Médio do Arroz "Amarelo Especial"* em São Paulo no período de Abril a Setembro**

1950-52	39,0%
1954-56	51,8%
1957-59	52,5
1960-63	56,1
1964-66	55,7
1967-68	61,0

* Dividido por 0,7 para ajustar a perda de peso que ocorre no beneficiamento.

** Livre dos impostos de circulação e de valor adicionado cobrados sobre as transações de atacado.

Fontes: Anuário Estatístico do Brasil, diversos números; Bolsa de Cereais de São Paulo.

eficiente em 1950. As quedas que ocorreram refletem custos efetivos de transportes e de transações mais baixos, porém é claro que o caminhão teve um impacto mais profundo no interior.

Nos últimos anos da Segunda Etapa, as margens espaciais entre os núcleos principais de fazendas e os grandes mercados urbanos eram razoavelmente baixas. Para economizar espaço eu apresento apenas uma das muitas comparações possíveis (ver a tabela 9) (47).

Em síntese, a evidência disponível confirma a hipótese de que o caminhão, o declínio no sistema antigo de financiamento e o surgimento de canais de comercialização mais diretos trouxeram importantes reduções nas margens de comercialização ao longo do espaço. Apesar de que teria sido

47. Outras fontes incluem: CIBRAZEM, Pesquisa Básica para um Programa Global de Armazenagem Intermediária (Rio de Janeiro: 1969), pags. 192-206; Ministério do Planejamento, IPEA, Diagnóstico Preliminar de Comercialização (mimeografado, 1966) pags. 17-24; P. de C. Junqueira, E.R. de Lins de A.A. Amaro, "Comercialização de Produtos Agrícolas no Estado de São Paulo", Agricultura em São Paulo, janeiro-fevereiro 1968, pags. 13-32.

útil decompor as mudanças nas margens em seus diversos componentes, os dados necessários para isto não são disponíveis.

(b) As margens ao longo do tempo, ou o retorno da armazenagem. Os rendimentos da função de armazenagem devem também supostamente cair. Mas não caíram. Pelo menos os índices sazonais de preços aumentam ligeiramente mais no fim da década de cinquenta e começo da de sessenta do que nos anos imediatamente anteriores (ver as tabelas, 3, 5 e 11). Uma explicação em termos da estrutura de comercialização seria prematura, embora a descentralização deva ter provocado também uma elevação nos custos de informação e um aumento no risco. Os anos sessenta viram uma inflação crescente (1959-1964), programas dolorosos de estabilização (1963, 1964-1967) e diversas intervenções inoportunas no mercado de arroz. Os choques externos provavelmente foram dominantes.

TABELA 9

REGRESSÃO DOS PREÇOS DO ARROZ NO ATACADO PORTO ALEGRE OU SÃO PAULO

Grão Curto (“Japonês Especial” nas duas cidades)
1952 - 1969

$$\begin{aligned} \text{Preço em Porto Alegre} = & - 25,55 + 0,90 (\text{preço São Paulo}) + \\ & (0,07) \\ & + 1,21 (\text{Ano}) \\ & (0,59) \qquad R^2 = 0,93 \end{aligned}$$

Ano = 1 em 1952

Aumento no preço de Porto Alegre, 1952-68, devido à tendência, calculado na média: 6,0%

Grão Longo (“Amarelão Especial” nas duas cidades)
1956 - 1968

$$\begin{aligned} \text{Preço em Porto Alegre} = & 9,81 + 0,86 (\text{preço São Paulo}) + \\ & (0,07) \\ & + 1,29 (\text{Ano}) \\ & (1,34) \end{aligned}$$

Ano = 1 em 1956

NOTAS: Os preços em São Paulo são livres dos impostos de circulação e de valor adicionado.
Os preços são medidos em cruzeiros de 1953, para 60 quilos.

FONTES: Porto Alegre, Bolsa de Mercadorias; São Paulo, Bolsa de Cereais.
Deflator = índice n.º 2 da Conjuntura Econômica.

TABELA 10

Margens do Arroz de Grão Longo, no Atacado, Supondo que 70% são Gerados no Beneficiamento De Anápolis, Goiás, para São Paulo

	Percentagens do Preço de Atacado Impostos*	Frete do Caminhão	Outros com- ponentes de Transporte	Preço de Atacado na Fazenda, livre de Impostos e Custo
1965	6	7	14	84
1966	6	6	12	86
1970	3	6	8	91,5

* Imposto de circulação em 1965 e 1966. Imposto sobre o valor adicionado em 1970.

Meses incluídos: 1965 e 1966, março, abril, e maio; 1970, junho e julho.
A escolha dependeu da disponibilidade dos dados.

FONTES: Anápolis: 1965 e 1966, Instituto de Economia Rural, São Paulo, 1970, usinas de Goiás. Os preços são para o arroz bruto, compensando dois grãos para cada grão quebrado.
Custos de Transporte por Caminhão: 1965-1966, Boletim Informativo, Bolsa de Cereais, São Paulo, 1970, usinas em Goiás.

TABELA 11

**ÍNDICES SAZONAIS TRIMESTRAIS CENTRADOS EM
TORNO DAS MÉDIAS MÓVEIS**

Arroz de Grão Longo (Amarelão), Categoria Especial
na Bolsa de Cereais de São Paulo

	1946-1952	1954-1961	1964-1968
Março-maio	99,5	98,9	94,6
Junho-agosto	96,4	94,8	96,7
Setembro-novembro	99,8	100,8	104,6
Dezembro-fevereiro	104,3	105,5	104,1
Aumento em seis meses de março-agosto a setembro-fevereiro	7,4%	6,6%	9,2%
Aumento mensal médio no índice sazonal, da colheita ao pico.	13,0%	12,9%	14,1%

De qualquer forma, os aumentos sazonais de preços não são muito grandes e garantem um retorno bruto real médio à armazenagem de menos de 2% por mês no período entre as colheitas. A julgar pelas taxas dos armazéns estatais, os custos mensais de armazenagem durante os anos sessenta eram da ordem de 0,5% do valor do arroz processado no mercado atacadista⁽⁴⁸⁾. Isto deixaria entre 1 e 1,5% por mês para pagamento do prêmio de risco, perdas de armazenagem e juros sobre o capital de giro na medida em que ele fosse usado.

IV Terceira Etapa (?): 1968

A Segunda Etapa criou mercados razoavelmente competitivos e eficientes na região Centro-Sul. Mas as usinas tradicionais ainda vendiam a granel um produto indiferenciado. Seus lucros eram gerados principalmente nas transações e na especulação. Muito pouco era investido nos esforços de venda e na qualidade do produto vendido.

48. Baseado em armazenagem por seis meses na CAGESP, Companhia Geral de Armazenagem de São Paulo, livre de todas as despesas de manuseio.

No final dos anos sessenta, a proliferação dos supermercados, provocada por uma classe média nascente que vivia em conglomerados urbanos cada vez maiores, tornou possível um novo tipo de produto: o arroz de melhor qualidade, previamente empacotado, com marcas comerciais fortemente anunciadas. O arroz Brejeiro, pioneiro neste campo, trouxe uma nova imagem. Mantendo estoques mínimos, preferindo comprar sua matéria-prima ao longo do ano, principalmente de usineiros, o Brejeiro se concentrou nas vendas. Ele investiu pesadamente em propaganda nos meios de comunicação de massa e foi bem sucedido ao diferenciar seu produto junto à classe média urbana. Por volta de 1970 suas vendas tinham ultrapassado em muito os níveis atingidos pela maior das usinas tradicionais no passado⁽⁴⁹⁾. Embora Brejeiro tenha muitos imitadores, nenhum deles já se aproximou de seu volume de vendas.

A maior atração das marcas comerciais é a sua garantia de qualidade estável. Mas para isso é pago um preço significativo. Esta maior firma obtém um importante retorno de sua marca comercial. Por exemplo, em julho de 1970 ela cobrava 10-14% a mais, no atacado, do que os seus principais competidores, vendendo basicamente o mesmo produto⁽⁵⁰⁾. Mais importante, todas as marcas principais parecem estar cobrando preços acima do normal. Em julho de 1970 o melhor tipo de arroz de grão longo vendido no mercado de São Paulo custava Cr\$ 50-51 por saca de 60 quilos.⁽⁵¹⁾ Empacotá-lo em sacos de papel de 5 quilos representa talvez um aumento de Cr\$ 3,00 ao custo deste produto⁽⁵²⁾. Contudo, este mesmo tipo de arroz estava sendo vendido pelas maiores usinas, pré-empacotado, por Cr\$ 66-75,00. Apenas as classes média e média-alta das cidades maiores parecem estar dispostas a pagar este preço pela segurança. Diversas firmas introduziram marcas

49. Estimativa fornecida pelo gerente do armazém da Brejeiro em Anápolis calcula o volume total em 1970 em cerca de 1.300.000 sacas de 60 quilos de arroz beneficiado, mais do que o dobro dos melhores anos da Arrozeira Brasileira.

50. Preços fornecidos por Arroz Brejeiro e Arroz Delta.

51. "Amarelão Extra", Bolsa de Cereais, São Paulo.

52. Dados fornecidos pela Agro-Beneficiadora, Goiânia, Goiás.

mais baratas, de qualidade inferior e alguns supermercados estão se deslocando para os bairros mais pobres. Mas enquanto a marca comercial custar muito mais do que o produto a granel, é de se esperar que continue, por algum tempo, um certo dualismo na comercialização do arroz, correspondente à distribuição da renda no Brasil.

As economias de escala na propaganda através dos meios de comunicação são consideráveis, e isto pode tornar as firmas permanentemente maiores do que antes teria sido possível. Esta tendência pode ser facilitada pela expansão e melhoramento do sistema de comunicação telefônica interurbana a partir de 1967, que facilitou o problema de coordenação e controle dentro da firma.

V Conclusões

O desempenho do sistema de comercialização de produtos agrícolas é uma função dos insumos oferecidos pelos outros setores, como transporte, comunicações e facilidades de crédito. Assim, não é surpreendente que a maioria das alterações na comercialização examinadas neste trabalho tenham sido ajustamentos diretos e de mesma direção que os melhoramentos quase inevitáveis nos insumos, acompanhando o crescimento. Isto sugere uma importante generalização: a comercialização deve, no curso normal dos eventos, contribuir positivamente para o processo de desenvolvimento. O crescimento deve reduzir os custos de comercialização, os quais, por sua vez, devem estimular o aumento da produção de alimentos, necessário para o crescimento posterior. A magnitude destas reduções “automáticas” no custo, deverá variar conforme o caso, mas com o arroz brasileiro ela foi muito grande.

As inovações originárias dentro do próprio setor parecem muito menos importantes nas primeiras etapas do desenvolvimento. Diversos fatores são responsáveis por isso. (1) O estoque de inovações potenciais é muito menor do que nos outros setores como a indústria por exemplo. (2) Algumas inovações potenciais ocorrem nos mercados, como a integração vertical e os contratos diretos, a fim de assegurar quantidades suficientes de produtos de qualidade específica constante. Grandes cadeias de vendas a varejo vendendo produtos

diferenciados, firmas que podem internalizar os ganhos com a qualidade do produto, têm sido as pioneiras nessa área. Mas elas se tornam importantes apenas devido à urbanização e aos maiores padrões de vida dos últimos estágios do desenvolvimento, como por exemplo na “terceira etapa” do caso brasileiro.

(3) Finalmente, algumas inovações lucrativas não são introduzidas devido ao comportamento tradicional e estático das pessoas que dirigem as firmas de comercialização. A capacidade gerencial e empresarial é relativamente escassa nos países mais pobres e é geralmente desviada para campos com maior desafio e maior prestígio do que a comercialização de produtos agrícolas.

APÊNDICE

Comerciantes e outras pessoas entrevistadas sobre a comercialização do arroz.

(Os assinalados com asterisco estavam no negócio já em 1930.)

Empresa	Tipo	Pessoa(s) entrevista(s)	Data
Porto Alegre			
Arrozeira Brasileira	usina	Fernando e Hugo Kessler* (antigos diretores)	6/70
Mercantilarroz	usina	Arthur Schaeffer* e Ataliba Wolf* (sócios)	8/63, 6/70
— —	corretor	Walter Schmidt*	8/63
Wolff-Kappel	usina	Nelson Kappel*	8/63
Floresta, S.A.	cerealista	Sr. Callefi* (chefe)	6/70
Glitz, S.A.	cerealista	Rudy Glitz (chefe)	8/63
Instituto Riogranden- se do Arroz (IRGA.)	Autarquia	Ary Herzog (Diretor Comercial) e outros	8/63, 6/70
FEARROZ - Federação das Cooperat. Arroz		Homero Pegas Guimarães (Diretor Presidente)	8/63, 6/70
— —	Autor de um livro sobre arroz no RS	Ary Burger	8/63

São Paulo

---	ex-cerealista	Fortunato di Lorenzo*	11/62
---	corretor	Pedro Labate	diver- sas ve- zes em 63,67 e 70
Labate e Sciatigno	usina-cerea- lista	José Sciatigno* (sócio)	10/63
Noroara, S.A.	cerealista	Fascal Labate* (chefe)	9/63
Irmãos Cury	usina	Cedinho Cury (chefe)	5/63, 9/63
Cia. Triângulo de Representações	corretor	Celso Ferreira (chefe)	9/63, 7/70
---	corretor	José Alves	9/63
Brasisul	corretor	Vitor Facciola (chefe)	10/62
---	cerealista	Júlio Tucci	diversas vezes 62, 63, 66, 67, 70
Ogassawara e Cia.	cerealista	Sr. Ogassawara (chefe)	7/63, 6/70
Marziona e Irmão	cerealista	os dois irmãos Marziona, sócios	9/63
---	cerealista	Massao Matida	7/63, 6/70
Tocantins Represen- tações	corretor	chefe (nome perdido)	9/63
Representações Ara- gon	corretor	chefe (nome perdido)	9/63
Arroz Brejeiro	usina-empa- cotadora	Chefe do escritório de vendas de São Paulo	7/70
Arroz Delta	usina-empa- cotadora	Ibrahim Hajjar (presidente)	6/70
Cooperativa Cotia	maior coope- rativa do Brasil	Fabio Iassuda (diretor)	4/63
---	Presidente do Sindicato do Comércio Varejista	Wanderley Bocchi	10/63
Supermercados Peg-Pag	Cadeia de Super- Mercados	Phillippe Allain (diretor)	5/63, 7/70

Zona do Triângulo Mineiro

todas as
entrevistas, 10/63

Vasconcellos e Cia.	usina	Sr. Vasconcellos	
Produtor Vitoria	usina	Messias Pedreiro* (chefe)	
Benedito Nazário	usina	o mesmo	
Jayme Tanus e Cia.	usina	o mesmo	
Velasco e Cia	cerealista	chefe	
Braz e Cia	cerealista	chefe	

Goiás

todas as
entrevistas, 7/70

Produtor Vitoria	usina	David Messias Pedreiro (gerente, sócio)
Agro-Beneficiadora Cereais Ltda.	usina	Mak Soud (chefe)
Name Abrão Cia Ltda.	usina	o mesmo (chefe)
Arroz Delta	usina- empacotadora	Janna Hajjar (sócio)
Arroz Brejeiro	usina- empacotadora	Sr. Cividanés (gerente)
Combrasil	usina- empacotadora	Sr. Euripedes (chefe)

Em cada área, foram também entrevistados muitos funcionários de bancos e de armazéns de estocagem.

Outras 25 firmas foram entrevistadas em São Paulo, Paraná e no Triângulo Mineiro com respeito à comercialização de feijão.

A maior parte das informações então obtidas é também aplicável ao caso do arroz.