

## ATITUDES DE COORDENAÇÃO DE PRODUTORES RURAIS NA CADEIA DA CARNE BOVINA: O CASO DO CITE 120

Daniela Basso Poletto (BIC-UCS), Guilherme Cunha Malafaia (orientador), Maria Emília Camargo - Deptº Ciências Sociais e Comunicação/Campus Universitário de Vacaria/UCS - [dbpolett@ucs.br](mailto:dbpolett@ucs.br)

As mudanças no cenário competitivo mundial têm dificultado a sobrevivência das empresas obrigando às mesmas a estabelecerem relações cooperativas necessárias à sua manutenção e sobrevivência nos mercados. Nesse contexto, percebe-se uma mudança de foco em termos de gestão, onde novas formas emergem em detrimento de outras. A visão isolada de unidade produtiva competitiva perde espaço para uma visão mais abrangente de grupos de empresas competitivas. Acredita-se que uma importante alternativa para falta de competitividade das pequenas e médias empresas pode estar na formação de redes de cooperação onde empresas que tem objetivos comuns cooperam no desenvolvimento conjunto de um projeto, complementando-se umas as outras e especializando-se para sustentar problemas comuns, adquirir eficiência coletiva e penetrar novos mercados. Identificou-se através de um estudo de caso, uma rede de cooperação entre produtores rurais do município de Vacaria. O Clube de Integração e Troca de Experiências-CITE 120. A rede surgiu inicialmente como uma coordenadoria de compras, a partir da mobilização de um grupo de produtores rurais. Atuando a nove anos no mercado a rede tem como missão promover a integração e troca de experiências, capacitação tecnológica, visando o aumento da produtividade e qualidade dos produtos agropecuários de forma sustentável, exercendo liderança na comunidade e objetivando a valorização do produtor rural. O propósito principal do grupo é a produção de carne de qualidade, visando a sustentabilidade da pecuária, através do consorciamento com a agricultura. Após entrevistas com os integrantes e análise dos dados, os resultados apontaram para uma notável importância desse formato organizacional para os parceiros, principalmente no que tange a disseminação do conhecimento, a aprendizagem organizacional, as vantagens competitivas tanto na compra de insumos, equipamentos e máquinas, quanto na comercialização de carnes a preços mais competitivos. E

estes fatores podem proporcionar a sustentação do negócio a médio e longo prazo.

Palavras-chave: redes de cooperação, cadeia da carne bovina, relacionamentos interorganizacionais

Apoio: UCS