

V Workshop Empresa, Empresários e Sociedade

O mundo empresarial e a questão social

2 a 5 de maio de 2006

PUCRS

GT6 – Empresas e projetos de economia alternativa

Habilidades sociais no mercado de leite

Reginaldo Sales Magalhães (USP)

Resumo

A pesquisa sociológica do mercado de leite na região sul do Brasil revela que o crescimento de cooperativas de agricultores familiares contradiz a maioria dos estudos de mercado que previa um processo inexorável de globalização, concentração do mercado e exclusão dos produtores mais pobres. O objetivo desse artigo é discutir como as cooperativas conseguiram garantir a estabilidade da oferta de leite num ambiente tão competitivo e dispondo de pouquíssimos recursos econômicos. A investigação empírica do mercado mostra que as "habilidades sociais" das cooperativas para mobilizar capital social e simbólico, formar uma nova identidade social em torno da produção familiar de leite, estimular a cooperação e manter estáveis as relações com os seus fornecedores, possibilitou que elas ocupassem uma posição de destaque no campo de batalhas, que caracteriza esse mercado. O trabalho conclui que só uma abordagem sociológica e territorial dos mercados pode dar conta de compreender porque e como se formam as variadas organizações de produtores e como fatores não econômicos podem ser determinantes para as condições de concorrência.