

UFRRJ
UNIVERSIDADE MONTPELLIER I
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM:
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE.

TESE

**A QUALIDADE AGROALIMENTAR COMO ESTRATÉGIA DE
CONCORRÊNCIA DA FRUTICULTURA IRRIGADA, REGIÃO
NORDESTE – BRASIL.**

JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO

2000

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM:
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE.

A QUALIDADE AGROALIMENTAR COMO ESTRATÉGIA DE
CONCORRÊNCIA DA FRUTICULTURA IRRIGADA, REGIÃO
NORDESTE – BRASIL.

JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO

Sob a Orientação do Professor

Dr. RENATO S. MALUF

Tese submetida como requisito parcial para
obtenção do Título de **Philosophiae Doctor**
em Desenvolvimento Agrícola.

Seropédica, RJ

Junho de 2002

ARAÚJO, JOSÉ FRANCISCO DE

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
AGRICULTURA E SOCIEDADE**

JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO

Tese submetida ao Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, área de concentração em Desenvolvimento e Agricultura, como requisito parcial para obtenção do grau de **Philosophiae Doctor**, em Desenvolvimento Agrícola.

TESE APROVADA EM -----/-----/-----

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos ao Professor Renato Maluf pela orientação e objetividade na realização deste trabalho.

Aos Professores John Wilkinson e Ana Célia Castro pelas sugestões e conhecimentos, dos quais, eu obtive no decorrer deste curso de doutorado.

Aos companheiros de curso do CPDA em especial a Alberto Sabatto, Luis Carlos, Jorge Ferrão pela convivência e discussões durante o curso.

Aos Professores Laurence Tubiana e Claude Roger pela receptividade e coorientação durante o estágio de estudo realizado na Université de Montpellier I, Montpellier-França. Aos colegas da SOLAGRAL/Montpellier pelo apoio e companheirismo.

A minha sogra Eliete, minha cunhada Kátia e meu concunhado e amigo Mauricio pela participação, apoio e incentivo na realização deste curso, sem os mesmos as dificuldades não seriam superadas. A minha Mãe Nazaré e meu Pai Zalmiro “in memória”, meu irmão Benicio pela minha formação e por acreditar no meu crescimento profissional.

A Universidade Federal Rural de Pernambuco pela minha vinculação profissional e a CAPES por custear a realização deste curso. A CODEVASF/PE na pessoa da Dra. Clesinaide pela ajuda na realização da pesquisa de campo e troca de idéias relativas ao Setor de Fruticultura Irrigada da Região Nordeste incorporadas ao longo deste trabalho.

A Vera, Zé Carlos, Rita, Seleste, Terezinha, Dona Josina, enfim a todos que de forma direta ou indireta contribuíram na realização deste curso.

A minha família, em especial a minha esposa Nadia, que desde os primeiros momentos deste curso dedicou-me amor, carinho, paciência e companheirismo sem recuar mesmo nas horas mais difíceis e, as minhas filhas Marilia Rafaela e Maria Gabryela e ao meu filho Caio José, pela abdicação das horas que estive ausente de nosso convívio, dedico este trabalho.

BIBLIOGRAFIA SUCINTA DO AUTOR

JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO é graduado em Engenharia Agrônômica (1981) e Mestre em Economia Agrícola (1985) pela Universidade Federal do Ceará – UFC. No campo profissional desenvolveu atividades de pesquisa em Análises Econômicas no Programa Nacional de Melhoramento da Cana-de-Açúcar – PLANALSUCAR (1985-88) e no Programa de Desenvolvimento Científico e Tecnológico para o Nordeste – PDCT-NE (1986-91), tendo alguns trabalhos publicados neste campo. É professor DE na Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE, Área de Economia, desde 1986, atualmente em lotação provisória na Universidade Federal Fluminense – UFF, Faculdade de Economia.

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA

BIOGRAFIA DO AUTOR

SUMÁRIO

ÍNDICE DE TABELAS, FIGURAS E ANEXOS.

GLOSSÁRIO DE SIGLAS

RESUMO

ABSTRACT

INTRODUÇÃO.....01

Capítulo 1- FRUTICULTURA TROPICAL, UM SETOR EM CRESCIMENTO

1.1-A fruticultura nos pólos irrigados do Nordeste.....09

1.2-Plano estratégico numa nova performance e evolução.....17

1.3-Mercado internacional.....22

1.3.1- Configuração.....22

1.3.2-Mercado europeu: conquista e desafios para as frutas
tropicais.....26

1.4-Mercado nacional e comércio exterior de frutas
tropicais.....35

Capítulo 2- CONTEXTUALIZAÇÃO DA QUALIDADE AGROALIMENTAR SOB A ÓTICA DA FRUTICULTURA TROPICAL

2.1-Mudanças no padrão alimentar.....	38
2.2-Qualidade sob o ponto de vista do mercado.....	43
2.3-Qualidade e flexibilidade produtiva.....	45
2.4-Qualidade e normalização.....	46
2.5-Requisitos e percepção da qualidade nos elos da cadeia de frutas.....	48

Capítulo3 - UMA ABORDAGEM REGULACIONISTA/CONVENCIONALISTA DA QUALIDADE

3.1-Sobre a diversidade dos enfoques.....	55
3.2-Um diálogo sem sincretismo.....	63
3.3-Regulação setorial e transformação dos sistemas produtivos localizados.....	66
3.4-Convergência hierárquica dos mecanismos de regulação no mercado de frutas tropicais: supranacional/local.....	68
3.5-Da regulamentação à tentativa de convenção no Brasil e na União Européia aplicada às frutas.....	72
3.5.1-No Brasil.....	72
3.5.2-Na União Européia.....	78
3.6-A Convergência dos atores nos mercados: questões em jogo e fundamentos.....	83

Capítulo 4 – SINAIS DE QUALIDADE: INSTRUMENTOS ECONÔMICOS APLICADOS À COMPETITIVIDADE

4.1-Delimitação.....	87
4.2-Pertinência e credibilidade.....	89
4.3-Potencialidades do sinal de qualidade.....	91
4.3.1-Informação e precaução do risco.....	91
4.3.2-Proteção das tipicidades territoriais e/ou locais.....	93
4.4-A regulação dos sinais de qualidade.....	95
4.4.1-Rotulagem.....	96
4.4.2-Padronização.....	98
4.4.3-Certificação.....	99
4.4.4-A instituição dos Indicadores Geográficos-IG.....	100
4.5-As Câmaras Setoriais de Frutas.....	102

Capítulo 5 – QUALIDADE: UMA VISÃO ESTRATÉGICA NA FRUTICULTURA IRRIGADA

5.1-Elementos de estratégia econômica em qualidade.....	105
5.2-A seleção da qualidade percebida pelo consumo.....	107
5.3-Diferenciação e novos produtos.....	112
5.4-A qualidade sob a ótica da inovação organizacional...	116
5.4.1-Circuitos das empresa agroexportadoras.....	118
5.4.2-Parceria comercial: grande empresa e agrupamentos de pequenos produtores.....	119
5.4.3-Associação de produtores vinculados a uma estrutura técnica comercial.....	120
5.4.4- Produtores organizados em torno de uma cooperativa sem vinculação a um <i>packing house</i>	121

5.4.5-Marca coletiva: uma estratégia de cooperação e coordenação comercial.....	122
5.5-A inovação tecnológica como estratégia para obter qualidade.....	124
5.5.1-Flexibilizar a produção.....	125
5.5.2-Novas disposições de embalagens – percepção da qualidade.....	126
5.5.3-A reputação via inovação estratégica de tratamentos quarentenários.....	127
5.6-Da produção ao consumo: a comercialização.....	130
5.6.1-Mudanças nos padrões de comercialização.....	130
5.6.2-A distribuição como elo estratégico na melhoria da qualidade.....	132
5.6.3-Estratégias de abastecimento da grande distribuição de frutas na União europeia.....	134
5.6.4-Automação do sistema de comercialização como forma de rastrear o produto.....	137
5.7-Harmonização da normalização: uma estratégia	141
5.7.1-Harmonizar os métodos de análise.....	141
5.7.2-A compatibilidade comercial da classificação, padronização e controle de qualidade aos hortifrutos...	142
5.8-PIF: estratégia interativa para criar um selo de qualidade.....	149
5.9-Vinculação da qualidade á contratualização.....	149

CONCLUSÕES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

A N E X O

Anexo 01. Roteiro de entrevista aplicado na pesquisa de campo

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 01. Distribuição geográfica das empresas pesquisadas nos pólos irrigados por grupos agroindustriais, situação de setembro /1998.

Tabela 02. Distribuição geográfica da produção de processamento de frutas, legumes e hortaliças nos pólos agroindustriais em 1987.

Tabela 03. Consumo relativo de frutas e legumes em relação aos principais produtos concorrentes no mercado europeu

Tabela 04. Empresas líderes da região do Vale do São Francisco, em ordem decrescente por tamanho de área implantada com frutas, 2000.

Tabela 05. Exportação de uva, manga e melão dos pólos irrigados da região Nordeste em relação às exportações do Brasil, anos de 1997, 1998 e 1999.

Tabela 06. Ranking de classificação dos principais países produtores de frutas tropicais, com produção acima de 500 mil t/safra, 1997-1998.

Tabela 07. Participação (%) dos principais países na produção, exportação e importação mundial de frutas tropicais, 1997.

Tabela 08. Relação exportação/produção interna nos principais países exportadores de frutas tropicais, 1997-1998.

Tabela 09. Consumo de frutas nos países membro da União Européia, 1981-82 a 2001-02.

Tabela 10. Participação dos principais países exportadores de frutas tropicais no abastecimento do mercado europeu, 1996-1997.

Tabela 11. Importações de frutas tropicais pela União Européia (t/ano), 1970, 1980 e 1998.

Tabela 12. Relação exportação brasileira/exportação mundo de frutas tropicais, períodos 1970, 1980 e 1997.

Tabela 13. Taxas de crescimento da produção, exportação e importação, principais países, 1981-1990 e 1991-1997.

Tabela 14. Brasil: desempenho do comércio de frutas frescas, 1990-2000. (em US\$ milhões)

Tabela 15. Grau de importância dos obstáculos à comercialização dos produtos no mercado exterior (%).

Tabela 16. Posicionamento das empresas agroexportadoras de frutas em relação às técnicas organizacionais de qualidade (%).

Tabela 17. Classificação das exigências segundo o grau de importância que dificultam a inserção ou a expansão no mercado externo de frutas frescas originárias dos pólos da região Nordeste, na visão do produtor/importador.

Tabela 18. Principais exigências dos compradores/importadores de frutas frescas dos pólos irrigados, do Nordeste, situação julho de 2000.

Tabela 19. Exigências, principais problemas e valor dominante relativo às frutas tropicais comercializadas no mercado internacional, como pontos de ligação entre as características de qualidade e as exigências do consumo.

Tabela 20. Variedades cultivadas de uva, manga, melão, mamão e abacaxi, nos pólos irrigados da região Nordeste com destino às exportações.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01. Compreensão da dinâmica econômica da qualidade baseada na convergência dos atores e das especificidades nos mercados.

Figura 02. Elementos de estratégia econômica em qualidade

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 01. Subsistemas da fruticultura irrigada no Nordeste brasileiro, do tradicional à reconversão.

Quadro 02. Diferentes enfoques/definições ressaltando as dimensões de qualidade.

Quadro 03. Negociação da qualidade na correlação micro-macroeconomica.

Quadro 04. Indicadores e atributos de qualidade das frutas frescas para consumo direto.

Quadro 05. Produtos processados e derivados de frutas comercializados por período de safra.

Quadro 06. Estratégias dos grandes distribuidores varejistas no mercado francês com vista ao aporte de indicadores e atributos de qualidade de frutas frescas.

Quadro 07. Disposições genéricas para classificação e padronização de frutas.

GLOSSÁRIO DE SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

ABRAS – Associação Brasileira dos Supermercados

BNB – Banco do Nordeste do Brasil

CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica

CAPES – Fundação de Capacitação de Professores de Ensino Superior

CEAGESP – Cia de Entrepósitos de Armazéns Gerais de São Paulo

CEASA – Central de Abastecimento S/A.

CIFLT – Centre Technique Interprofessionnelle de Fruits et Légumes

CIRAD – Centre Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement

CODEVASF – Companhia de Desenvolvimento do Vale São Francisco

ENSA – École Nationale Supérieure de Agronomie

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations

FDA – Food and Drugstore Administration

GATT – General Agreement on Tariffs and Trade

IAM – Institut Agronomique de la Méditerranée

IBRAF – Instituto Brasileiro de Frutas

IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

INRA – Institut National d'Économie Rurale

INAO – Institut National des Appellations d'Origine

ISSO – International Organization for standardization

MA – Ministério da Agricultura e do Abastecimento

OECD – Organization for Economic Cooperation and Development

OGM – Organismos Geneticamente Modificados

OMC – Organização Mundial do Comércio

OMS – Organização Mundial da Saúde

ONGs – Organizações Não Governamentais

ONU – Organização das Nações Unidas

PAC – Política Agrícola Comum

PIF – Produção Integrada de Frutas

SOLAGRAL – Solidarités Agricoles et Alimentaires

SUDENE – Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste

VALEXPOR – Associação dos Exportadores Hortigranjeiros e Derivados do Vale do São Francisco

UE – União Européia

UFRPE – Universidade Federal Rural de Pernambuco

UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

RESUMO

ARAÚJO, JOSÉ FRANCISCO DE, **A Qualidade Agroalimentar como Estratégia de Concorrência da Fruticultura Irrigada, Região Nordeste, Brasil**. Seropédica: UFRRJ, 2002. 189p. (Tese, Doutorado em Desenvolvimento Agricultura e Sociedade).

Este trabalho foi realizado tendo como objetivo refletir sobre a capacidade competitiva da fruticultura irrigada dos pólos agroindustriais da Região Nordeste – Brasil. Privilegiou-se analisar a “qualidade agroalimentar” no centro da concorrência do mercado internacional de frutas frescas destinadas ao consumo direto como alternativa estratégica e principal vetor de “reconversão” produtiva via especialização agrícola para enfrentar as exigências desse mercado.

Inicialmente desvendaram-se características e transformações econômicas dessa fruticultura que culminaram no aumento das exportações de frutas frescas (manga, melão, uva, mamão, abacaxi e banana) concomitantemente ao crescimento do consumo e mudanças de hábitos do consumidor em termos mundiais. Buscou-se aporte teórico no diálogo sem sincretismo entre regulacionistas e convencionalistas para entender qualidade ao longo dos diferentes segmentos da cadeia produtiva, numa trajetória de sistematização das atividades e organização dos atores.

Enfatizou-se a experiência de qualidade agroalimentar realizada no mercado europeu, principal centro importador de frutas de região. Segundo o critério da concorrência, vista na construção da qualidade em seus aspectos socioeconômicos, a fruticultura irrigada voltada à exportação desenvolveu-se e ganhou competitividade no cenário internacional. Assim, as mudanças institucionais e organizacionais foram analisadas à luz do novo sistema adotado para produzir e exportar, no descolamento do sistema agroindustrial processado para o sistema agrocomercial exportador.

Finalmente, a qualidade agroalimentar emergiu no processo de reconversão da fruticultura como estratégia de concorrência internacional proposta na organização coordenada dos produtores. Propôs-se, a implementação de instrutivos reguladores específicos e a inserção das especificidades territoriais, enfatizando a qualidade das “frutas do Brasil”.

Palavras Chaves: Fruticultura, qualidade, mercado internacional, concorrência.

ABSTRACT

ARAÚJO, José Francisco de. *The Agro-Nutritional Quality on the Competitive Strategic of Irrigate Fruitculture of Northeastern – Brazil*. Seropédica. UFRRJ. 2002. 189p. (These of Doctoral in Development Agriculture).

The objective of this study is to reflect about the competitive irrigated fruitculture on the industrial estates of Northeastern Brazil. It focuses on the “agro-nutritional quality” analysis of fresh fruit production for direct consumption as a strategic alternative and main production “reconversion” force to face the center of international competition by means of agricultural specialization.

Initially, it looked into the characteristics and economic changes that led to an increase in fresh fruit exports (namely mango, melon, grapes, papaya, pineapple, and banana). Concomitantly, global consumers patterns of consumption evolved and markets grew.

Theoretical contribution was sought from the non-syncretic dialogue between regulationists and conventionalists in order to understand quality along the different segments of the production chain, while systematizing activities and organizing the players.

The agro-nutritional quality trial sale in the European market - the region's main fruit importer - was given special importance. According to the competitors' criteria, seen in the improvement of quality in social-economic terms, the export-oriented irrigated fruitculture model developed and became competitive in the international scenario. For that reason, the institutional and organizational changes have been analyzed in the light of a newly adopted produce-to-export system, a change from an agro-industrial processed system to an agro-commercial export system.

Finally the agro-nutritional quality emerged in the process of fruitculture “reconversion” as a strategy for international competition, put forward by the producers' coordinated action. Specific regulatory procedures that take into account local peculiarities have been proposed, highlighting the quality of “Brazilian fruit”.

Key Words: Agro-Nutritional Quality, Fruitculture, International Market, Competitive Strategy

INTRODUÇÃO

Qualquer observador da fruticultura irrigada nos pólos agroindustriais da região Nordeste, Brasil, cuja perspectiva abrange um certo senso histórico, se impressionará com a dinâmica econômica da qualidade dos frutos. Essa dinâmica reflete as tensões endógenas resultantes das estratégias de concorrência com vistas ao mercado internacional e os fenômenos exógenos resultantes das condições macro da atividade (evolução da demanda de frutas frescas no mercado mundial cada vez mais exigente em qualidade), sobre: o processo de produção, modalidade de organização dos atores e sistema de comercialização.

Nesta lógica, enfrentar a concorrência internacional, tendo que competir com produtores-exportadores de frutas, organizados com base em cadeias produtivas com tendências à especialização e melhoria da qualidade, despertou por parte dessa fruticultura a absorção da estrutura de "cadeia produtiva-comercial de frutas frescas", exercendo uma função modeladora da demanda, o que significa ter a capacidade de colocar ao alcance do consumidor frutas de qualidade a preços competitivos.

A absorção desta estrutura tem resultado na conjunção do processo de produção e comercialização, sucedendo-se ao longo do tempo sistemas de produção agrícola com regras mais rígidas, como tentativas de construir indicadores e atributos de qualidade ou elucidar tendências de mercados.

Particularmente mais enfática em relação às frutas que se destinam ao mercado internacional que, a priori, tem se apresentado mais exigente em atributos de qualidade quando comparado ao mercado interno, essa conjunção está associada a um conjunto particular de atividades, seja numa situação de pré-colheita e/ou de pós-colheita em que a qualidade constitui variável de relevo.

Este conjunto de atividades que relaciona desde a seleção varietal à inspeção final dos frutos, por sua vez, depende de como os procedimentos cumpridos por cada ator se fragmentam e se inter-relacionam ao longo da cadeia, pela prática da integração e pelos princípios convencionados em qualidade, de um modo geral submetido à avaliação de exportadores e importadores.

A consolidação desse processo pode ser explicada por inúmeras mudanças de hábitos de consumo no mercado mundial de alimentos e conseqüentemente traz inúmeras mudanças ao longo das cadeias de frutas da região Nordeste, na composição de um campo estratégico de concorrência, em que a construção interativa de uma atividade nova, denominada de competitiva, é percebida em decorrência da reestruturação do processo produtivo agroindustrial e do modelo de empresas no nível microeconômico, com as interseções e circunstâncias comuns pontuando trajetórias organizadas de atores e instituições no nível macro.

Nesse campo estratégico, se a qualidade agroalimentar é um fator determinante da competitividade, o que estaria acontecendo com a fruticultura irrigada do Nordeste para tornar-se competitiva em qualidade?

Em resposta a esta questão, a construção interativa desse campo encontra, por sua vez, suporte nas mudanças dos papéis do Estado e dos agentes privados em relação aos indicadores e atributos de qualidade das frutas naqueles pólos irrigados, possibilitando surgir ao longo dos últimos anos um processo de coordenação local definido na cooperação entre os agentes econômicos (públicos e privados) e na sistematização das ações econômicas ao longo da cadeia sob três enfoques distintos e complementares: pela lógica da produção (inovação tecnológica para obter diferenciação de produto) pela lógica do dispositivo institucional (regras, normas, formas de regulação setorial) e pela lógica organizacional (uma progressiva organização dos atores atrelada a circuitos comerciais, harmonização das normas e convergência de comportamento) associadas ao mercado externo.

Percebe-se, então, que a fruticultura desenvolvida naqueles pólos, em reconversão, tem sua evolução espelhada na possibilidade de adaptação da oferta às necessidades da demanda, ou seja, as exigências de qualidade pelo consumidor de frutas frescas incidem transformando as relações entre os elos da cadeia, numa hipótese de que as ações econômicas são compatíveis e se ajustam sob uma coordenação não definida a priori.

No centro dessa transformação, tende a se consolidar um conjunto de interações entre a inovação tecnológica, a dinâmica das regulamentações de mercados e o comportamento dos atores, não como uma causalidade linear, que passaria da inovação tecnológica para a formação dos mercados com a intermediação compulsória das regulamentações, mas induzidas pelas exigências do consumo que, refletidas na dimensão qualitativa das frutas frescas para o consumo direto, define, cada vez mais, as formas de concorrência e as relações internacionais de mercados.

Neste contexto, as interações tomam rumo voluntário a ponto das diferenças nacionais de regulamentação das frutas, caracterizadas como barreiras comerciais de qualidade, induzirem a formação de uma organização específica dos atores e/ou evoluções distintas das mesmas, dependendo dos países ou das áreas geográficas a que se destinam.

Cabe notar que a caracterização qualitativa das frutas, não apenas atende ao funcionamento dos mercados, na medida em que decorre em parte do jogo dos atores que tentam instrumentalizá-la como fator de concorrência, como também às regulamentações que resultam de um duplo fenômeno. Em primeiro lugar, representam as tradições culturais e históricas de um país ou de uma área geográfica expressas na modalidade ou nas exigências do consumo. Segundo, a manutenção de óticas muito diferentes no tocante ao conceito e à dimensão da qualidade entre os diversos países, enquanto âmbito de controle e segurança.

Nestes termos, o atendimento às exigências dos mercados de frutas frescas pressiona com o objetivo das estratégias convergirem para reduzir ou romper os obstáculos fundamentados nas barreiras comerciais e ganhar competitividade. Encontra explicação nas iniciativas de rearrumação geral dos atores rumo a uma convergência da oferta e da

demanda de frutas frescas de qualidade, com os mecanismos de institucionalização sendo (re) estruturados num processo susceptível às mudanças de maneira endógena e exógena.

Reproduzidas nas transformações apontadas nos perfis da oferta e da demanda alimentares, essas exigências particularmente no âmbito dos mercados de países desenvolvidos (mercado europeu, por exemplo), privilegiam produtos de qualidade vinculada ao valor nutritivo, à satisfação, à confiança e à segurança do consumidor, não desprezam o caráter endógeno da regulamentação e as formas de concorrência em função da normalização de novos produtos.

O caráter endógeno da regulamentação, neste ponto, garante sua perenidade via controle dos alimentos (segurança alimentar-consumo sem risco à saúde), por um lado. Por outro, as estratégias de concorrência configuradas prioritariamente sob os desafios dos requisitos de qualidade, apoiam-se na evolução das relações comerciais e na dinâmica das inovações, local e supranacional, como um sistema de implicações econômicas exógenas às instituições.

Surge, deste modo, um escopo de concorrência no mercado exterior dessa fruticultura, que tende a elevar a participação e rentabilidade sob duas maneiras: uma é conseguir "qualidade superior percebida" pelo mercado final, com o desenvolvimento de um conjunto de especificações de produto e de serviço que satisfaça, de forma mais harmoniosa (convencionada), as necessidades dos clientes; a outra é obter "qualidade superior de conformação", conseguindo ser mais eficaz do que seus concorrentes na obediência (procedimentos regulatórios) às especificações apropriadas dos produtos e aos padrões de serviços.

Este escopo de concorrência é delineado com o objetivo de criar vantagens competitivas, com tendência a se impor frente ao mercado internacional, não só pelas normas que regulam a produção e sua apresentação final, mas também pelas formas de organização que regem as relações e os princípios de produção e comercialização, controle e confiança, assegurando a margem de manobra dos atores diante dos desafios da competitividade e o modo de lidar com os mercados a que se destinam.

Inserir-se no dinamismo dessa competitividade impõe aos atores locais (produtores, empresas agroexportadoras) um desafio que não pode ser apenas enfrentado pela vantagem comparativa, refletida na estratégia de liderança de custos em relação ao concorrente por dispor de recursos naturais ou determinantes de localização favoráveis. O desafio de competir se insere no conteúdo e na capacidade de antecipar tendências, de distinguir os mercados de quantidade e qualidade, de buscar flexibilidade e inovações com base nas marcas diferenciadas e na percepção destas pelos consumidores, em legitimidade com as regulamentações coletivas versus direitos individuais.

Em outro sentido, identificar o mercado, no caso importador de frutas frescas para o consumo direto, em condições de competir em padrões de desempenho e eficiência, tem como desafio atender a uma intensificação dos fatores institucionais e de organização que, por extensão, levam a efeito o surgimento de regulação privada sob acordos e contratos, cujo interesse central é produzir frutas diferenciadas que atendam tais exigências ou que tal diferenciação funcione como uma vantagem sustentável no mercado.

Induzida por estes fatores de concorrência configura-se uma reconversão da fruticultura irrigada nos pólos agroindustriais do Nordeste. A produção de "frutas em conformidade com o processamento agroindustrial", denominada de subsistema agroindustrial em que as frutas são matérias-primas básicas, desloca-se para a produção de "frutas frescas de qualidade para exportação", denominada de subsistema agrocomercial, com o desafio de produzir e comercializar frutas frescas para o consumo direto no mercado internacional, exigente em qualidade e submetido a rígido sistema de regulação.

Com essas premissas, destaca-se neste trabalho o mercado da União Européia que, mesmo configurado como o maior importador de frutas brasileiras, ainda provoca a necessidade de se procurar responder questões como: em que condição se encontra a fruticultura agrocomercial dos pólos irrigados do Nordeste para atender o mercado da União Européia no tocante às exigências de qualidade? Quais as possibilidades de expansão das importações desses produtos pela Comunidade com base no desempenho estratégico da qualidade? Como os determinantes deste desempenho têm sido avaliados e considerados fatores estratégicos pelos produtores/ empresas agroexportadoras?

Como consequência desta necessidade, a condução da presente pesquisa se deu baseada nas seguintes hipóteses: i) a produção de frutas com qualidade nesses pólos, preferivelmente conduzida pela necessidade de adaptar-se às mudanças nos mercados consumidores, tornou-se um conceito básico de estratégia de concorrência, tanto para as empresas que atuam no mercado doméstico como também, e especialmente, para aquelas que atuam no processo de exportação; ii) a construção dessa qualidade de frutas frescas estará condicionada à percepção dos riscos à saúde, à segurança alimentar e aos impactos fitossanitários na produção, o que impõe à base agrícola a adoção de métodos de cultivo articulados ao processo de agregação de valor pós-colheita, sob a regulamentação ligada à qualidade do produto e a normalização dos processos de produção e beneficiamento, conduzindo certamente a uma mudança de comportamento dos atores em todos os níveis da cadeia; iii) a evolução dessa qualidade, seja como indicador ou atributo expressa-se pela incidência de um conjunto de fatores estruturais, empresariais e sistêmicos que influenciam a competitividade. O impulso dessa competitividade se traduz, por um lado, pelo crescimento da produção destinada à exportação e, por outro, nos esforços do setor em valorizar cada vez mais os recursos específicos localizados na emergência de novas funções produtivas e organizações, definidas nas estratégias dos atores que buscam novos padrões de qualidade.

O comportamento dos produtores de frutas frescas nesses pólos, especialmente para exportação, em relação à qualidade, deriva mais fortemente da percepção dos riscos e incertezas inerentes ao acirramento da concorrência em mercados que exigem esses atributos, do que de um movimento de "dentro para fora" de modernização da produção a fim de ofertar qualidade.

Neste sentido, buscamos identificar os comportamentos e estratégias características do segmento empresarial - agroexportador de frutas frescas localizado nos pólos irrigados da região Nordeste do Brasil, na construção e disseminação de indicadores e atributos de qualidade visando o mercado internacional, em particular a União Européia. Nosso objetivo

foi verificar até que ponto está se processando uma transição no interior desse segmento, capaz de representar um salto qualitativo, para superar as restrições comerciais impostas por esse mercado aos produtos em questão.

Revestida sob os novos vínculos institucionais e organizacionais, esta transição é analisada, neste trabalho de tese, sob um enfoque baseado nos dispositivos analíticos multidisciplinares, permitindo incorporar as três dimensões fundamentais presentes no objeto do estudo: a) a adaptação de uma estratégia focada na qualidade do produto ou do processo para assegurar a presença dos produtos no mercado; b) a geração do conhecimento e a criação de habilidades concorrenciais focadas na estrutura organizacional e na coordenação dos atores ao longo da cadeia produtiva; c) a dimensão das relações de confiança das transações, centrada na relação dos atores e no surgimento de regras e normas harmonizadas na imagem do produto.

A base de observações apresentada neste trabalho é resultado de uma série de visitas institucionais complementada de dados e informações de interesse do estudo, por meio de consulta a publicações e relatórios de empresas, associações empresariais e de produtores, organizações de trabalhadores e instituições públicas, estudos e consulta à literatura técnica e científica, internet e imprensa especializada em geral. Tais visitas foram realizadas em duas etapas: Uma no Brasil, que incluiu visitas diretas às áreas de produção e comercialização de frutas frescas nos pólos irrigados da região; a outra foi realizada na França, sob um plano de trabalho como bolsista da CAPES-MEC, com objetivo de identificar as potencialidades do comércio internacional do complexo hortifrutos brasileiro no âmbito da União Européia, com base na dinâmica institucional, no processo de coordenação setorial e na relação com o mercado internacional.

Nesta última etapa, a metodologia de trabalho apresentada no plano foi acompanhada pela Professora Dra. Laurence Tubiana e do Professor Claude Roger, que deram suporte de coorientação as atividades realizadas, incluindo participação em eventos correlatos aos interesses do trabalho, entrevistas com técnicos e especialistas em mercados de frutas tropicais no âmbito europeu e visitas técnicas a diversos centros de estudos específicos com atividades direcionadas ao setor.

Entre esses centros destacam-se a Ecole National Supérieur Agronomique - ENSA/Université Montpellier I e o Institut National de la Recherche Agronomique - INRA, tendo como temática central: Qualidade, Desenvolvimento e Inovação Tecnológica, cujo enfoque conceitual concentra-se nas relações entre fornecedores e distribuidores de frutas no mercado europeu com vista à convenção de qualidade.

Na visita ao Institut Agronomique de la Méditerranée -IAM, ao Centre des Hautes Etudes Agronomique Méditerranéennes - CIHEAM e ao Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique Pour le Développement-CIRAD, através do Département des Productions Fruitières et Horticoles-CIRAD/FLHOR - FRUITROP, foi possível o acesso às estatísticas e análise das importações européias de frutas tropicais e suas restrições em relação à qualidade. As atividades do CIRAD/FLHOR são focadas no sentido de incentivar e informar o mercado de frutas tropicais na França. A Chambre d'Agriculture de la Région Languedoc-Roussillon-Programme de Exportation-

PRODEXPORT trata dos incentivos às cadeias de frutas e legumes na Região do Languedoc-Roussillon, numa posição estratégica sobre o plano de exportação.

Em seguida, na perspectiva do distribuidor varejista, com possibilidades de identificação de estratégias adotadas e que tenham ligação com os esforços à exportação de frutas frescas brasileiras, foram visitados alguns supermercados em Montpellier, Avignon, Toulouse, Perpignan e Paris, a seguir: Centro Comercial Carrefour (Grabels, San Jean de Vendas, Lates); Centro Comercial INNO (Castenal Lez, Poligone); Centro Comercial CASINO (Gannes, La Palhadi); Centro comercial ACHÉN (Lates); Centro Comercial Super U (Le Crex). Um breve levantamento de informações sobre exigências do consumidor quanto à qualidade de frutas e legumes, observação em relação à apresentação, embalagem, certificação, padronização e distribuidor de frutas, particularmente tropicais como: manga, abacaxi, mamão, melão e uva de origem brasileira, entre outras, foi realizado.

Numa visão mais institucional, realizaram-se visitas ao Centre Technique Interprofessionnel de Fruits et Legumes-CTIFL-Paris, para identificar como o Centro trabalha os atributos de qualidade junto aos associados e conhecer o "Regime da OCDE" para Normalização de Frutas e Legumes: aspectos técnicos e econômicos.

No tocante à etapa desenvolvida no Brasil, os procedimentos adotados na pesquisa de campo tiveram como base uma série de visitas direcionadas às empresas agroexportadoras, com a aplicação de uma entrevista buscando identificar as variáveis e o grau de importância e/ou tratamento dado às questões e/ou critérios de qualidade das frutas frescas com destino ao mercado internacional.

Numa perspectiva tipológica, baseada na suposição de que características relevantes de grupos estudados são homogêneas e podem ser identificadas por indicadores ou parâmetros representativos, cabe ressaltar que as unidades pesquisadas são detentoras de poder de decisão e de estratégias sobre os recursos empregados, o processo de produção e as transações comerciais efetuadas.

Portanto, são unidades que, no caso da pesquisa, podem ser constituídas por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas, sendo que estas podem ser organizadas sob a forma de sociedade de pessoas ou sociedade de capital. Dessa forma, o universo estudado abrangeu produtores de frutas, pessoas físicas e/ou jurídicas (Empresas Agroindustriais S/A com incentivos fiscais da SUDENE e do BNB), que se dedicam à fruticultura irrigada em estabelecimentos localizados nos pólos irrigados de Petrolina-PE, Juazeiro-BA, Assu-Mossoró-RN e Aracati-Jaguaribe-CE.

Por sua vez, as unidades pesquisadas foram escolhidas dentre aquelas que se dedicam à produção e à exportação de frutas frescas, em particular para o mercado europeu, selecionando-se um grupo de elementos típicos e representativos da população, em que variáveis como: liderança, escala de produção, participação em acordos e convênios específicos ao desenvolvimento de indicadores e critérios de qualidade das frutas, participação em organizações produtivas e comerciais foram parâmetros de seleção para visitas e entrevistas. Além desses, a colaboração de organizações locais e a predisposição

das unidades em responder à entrevista e abrir suas portas para visitas contribuíram para a realização desse procedimento, o que ocorreu em duas ocasiões distintas: um rol de visitas em junho/julho de 2000 e outro em julho/agosto de 2001, períodos correspondentes ao início da safra e de intensiva negociação com os agentes importadores.

Utilizou-se o método de pesquisa descritivo, porém com a preocupação de não se restringir apenas à descrição dos fenômenos observados, mas também analisar e interpretar as relações existentes entre os mesmos. Trabalhou-se com informações obtidas na pesquisa, por meio do uso de um roteiro de entrevista formal (ANEXO I) e previamente elaborado. De caráter geral, esse roteiro considerou as fases do fluxo produção - comercialização, como também, por questões específicas, as atividades de pré-colheita e pós-colheita para tratar qualidade numa situação ex-ante e ex-post, a formação do fruto-num cenário estratégico de competitividade, sendo o apoio e a disponibilidade de instituições como a CODEVASF e VALEXPORT fundamentais para a realização da pesquisa.

Além disso, foram realizadas visitas a instituições públicas como Ministério da Agricultura - Delegacia Federal em Pernambuco, Secretarias de Estado e Agricultura de Pernambuco, Bahia, Ceará, Rio Grande do Norte e São Paulo, bem como aos CEASAS correspondentes.

Quanto à organização do trabalho, a tese foi estruturada em cinco capítulos. No primeiro capítulo, está esboçado um referencial evolutivo para compreender a dinâmica da fruticultura regional, a partir da década de 80, sob o enfoque das tendências da produção, do mercado e das inovações tecnológicas, na ótica da concorrência em qualidade das frutas tropicais, em relação aos países produtores e consumidores, concentrados no mercado europeu.

No segundo capítulo, como complementaridade ao entendimento desse diálogo teórico, trata-se de uma contextualização da qualidade agroalimentar, em que a dinâmica dos debates e evoluções dos padrões de consumo fornece uma visão em torno de algumas decisões estratégicas consideradas importantes na relação produção-comercialização, refletida através de base de informações sobre ameaças e oportunidades do ajuste da oferta e da demanda de frutas frescas para concorrer no mercado internacional.

O terceiro capítulo aborda a construção e a negociação da qualidade agroalimentar a luz de um referencial teórico, apoiado na aproximação da teoria da regulação e da economia das convenções. Registra-se a passagem do sistema processamento dos frutos, cuja base principal tem a produtividade e a conformidade como estratégia, para o sistema agrocomercial de frutas frescas, cuja base principal, a estratégia de concorrência em qualidade, tem sua evolução nas formas de concorrência e relações comerciais dos atores, podendo o Estado intervir quando as externalidades espaciais e temporais comprometem os princípios alternativos de implantação de acordos entre os atores.

No quarto capítulo, trata-se da importância econômica da qualidade agroalimentar a partir dos "sinais de qualidade". Da criação à difusão do sinal de qualidade sob a égide das tipicidades territoriais ou locais e do aprendizado comum, como fator de competitividade. Neste processo, faz-se uma abordagem sobre pertinência e credibilidade do sinal de

qualidade numa perspectiva de reduzir risco e ganhar confiança do consumidor ou transmitir informações que constituem na construção da imagem do produto, resgatando exemplos, sobretudo do mercado europeu.

No quinto e último capítulo, considerado o cerne do debate empírico, apresenta-se o panorama de construção e negociação da qualidade de frutas nos pólos irrigados da região Nordeste do Brasil, com base na identificação de obstáculos à exportação e na formulação de estratégias de concorrências em condições de assegurar a passagem de uma agricultura produtivista a uma conformação das frutas pela diferenciação em qualidade e serviços pós-colheita. Privilegia-se uma análise das instituições, das organizações e das convenções para compreender até que ponto os novos requisitos de competitividade em qualidade agroalimentar estão sendo incorporados pelas estratégias das empresas que atuam no âmbito dessa atividade, bem como se a habilidade em gerir tais requisitos configura-se como fator de competitividade. Ao proceder essa avaliação, a ênfase será dada na relação entre as transformações do mercado internacional (da percepção de consumo, dos instrutivos de regulação) e o segmento produtor-exportador de frutas irrigadas nos pólos agroindustriais do Nordeste brasileiro, como forma de estabelecer critérios de qualidade e de transformar os mesmos em fator de competitividade internacional.

A título de conclusão, apresenta-se uma análise dos principais pontos em destaque no decorrer do trabalho numa perspectiva de fortalecer estratégias e ações de política de promoção da qualidade de frutas, como forma de consolidar o "subsistema agrocomercial de frutas frescas de qualidade" para enfrentar os desafios frente ao sistema de comercialização internacional que está passando por rápidas e profundas mudanças, em seus diferentes níveis: varejo, atacadista e tradings, até acordos operacionais interfirmas, por exemplo, para oferecer certos produtos diversificados com regularidade e qualidade ao longo do ano.

CAPÍTULO I, FRUTICULTURA TROPICAL, UM SETOR EM CRESCIMENTO

1.1 – A fruticultura nos pólos irrigados do Nordeste

De uma atividade considerada tradicionalmente de fundo de quintal, a fruticultura da região Nordeste tornou-se uma atividade comercialmente competitiva a partir dos anos 70, no centro do programa propulsor da agricultura irrigada regional pela implantação de “pólos de irrigação” nos diferentes Estados da região.

Impulsionado pelo aproveitamento do potencial hídrico das águas do Rio São Francisco e em todo o seu Vale denominado de Baixo e Médio São Francisco, um segmento desse programa se desenvolveu sob o planejamento e administração da Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco – CODEVASF, com a implantação de pólos irrigados nos Estados da Bahia, Sergipe e Pernambuco e mais recentemente com a possibilidade de implantação do pólo Parnaíba com o aproveitamento do potencial hídrico do Rio Parnaíba, beneficiando os Estados do Piauí e fronteiras com o Ceará.

Outro segmento foi impulsionado pelo aproveitamento de mananciais represados (açudes) construídos e administrados pelo Departamento Nacional de Obras Contra Secas – DNOCS e poços de grande vazão hídrica sob iniciativas empresariais com a implantação de Pólos Irrigados nos Estados do Ceará, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Piauí e Maranhão, cuja denominação para o DNOCS é de perímetros irrigados.

Nos dois segmentos, como conjunto institucional dessa iniciativa, merecem destaque os trabalhos desenvolvidos pela Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE e pelo Banco do Nordeste – BNB, com a implementação de Fundos de Desenvolvimento do Nordeste via aporte de recursos financeiros objetivando a implantação particularmente de projetos agroindustriais nos referidos pólos, ou seja, grupos empresariais que, na categoria de sociedade anônima tiveram seus projetos incentivados pelo Governo Federal.

Fatores determinantes de localização a exemplo dos recursos naturais disponíveis (destaque para o trinômio água, clima e insolação), incentivos fiscais e financeiros, oferta de mão-de-obra, estrutura de pesquisa e assistência técnica (EMBRAPA e MA), entre outros, terminaram por influenciar uma proposta de distribuição das empresas agroprocessadoras em cada pólo (ver Tabela 01), que Projetados sobre a instalação de unidades industriais processadoras de produtos agrícolas, predominantemente de ciclo curto tiveram na aptidão agrícola e distribuição geográfica dos recursos naturais a distribuição dessas unidades na configuração dos grupos agroindustriais.

Deste modo os 14 pólos projetados tiveram suas tendências sinalizadas em 07 grupos agroindustriais: frutas, legumes e hortaliças; leite e derivados; derivados de arroz; derivados de milho; óleos vegetais; produção de ração e sementes selecionadas,

em que a instalação de unidades de processamento em questão e a aproximação de produtores irrigantes à agroindústria, caracterizaram tanto o funcionamento como os interesses empresariais privados – na órbita agroindustrial como agrícola – vinculados aos objetivos perseguidos pelo programa no âmbito regional.

Sem dúvida, esta distribuição característica pesquisada pelo BNB/ETENE (1988)¹, possibilita uma visão da localização e distribuição geográfica das empresas instaladas nos pólos agroindustriais da Região, com destaque na produção e processamento de frutas, legumes e de hortaliças nos pólos de Petrolina, Juazeiro, Baixo e Médio São Francisco, Açú-Mossoró; Derivados de Arroz nos pólos Acaraú-Curú e Oeste Maranhense; Óleos Vegetais nos pólos do Baixo e Médio Jaguaribe (algodão) e Oeste Maranhense (babaçu), indicando como alternativa principal para alavancagem do desenvolvimento da região a agroindústria processadora, apoiada na agricultura irrigada e na aptidão agrícola de cada sub-região indicada na denominação do próprio pólo.

Nesta ótica, o grupo agroindustrial de processamento de frutas, legumes e hortaliças encontrou maior aptidão e vantagens naturais no cultivo de tomate industrial, banana, abacaxi, goiaba, graviola, jaca, caju, mamão, melão, uva, coco, matéria-prima utilizada na produção de doces, polpas, sucos, geleias e vinho, Tabela 02.

No centro desse movimento, a estrutura produtiva passa a ser desenhada na integração de produtores irrigantes à agroindústria processadora, em que a implantação e o funcionamento de algumas empresas que se instalaram na região têm papel fundamental para essa estrutura produtiva.

No grupo de frutas, legumes e hortaliças, caso particular da produção de extrato, molho e polpa de tomate industrial, empresas como a Etti (PE), a Cicanort (BA), a Tropical (CE) a Frunorte (RN) e a Peixe (PE), durante o final dos anos 80 e início dos anos 90, aparecem como concretização desses empreendimentos e fortalecimento do movimento de verticalização da cadeia produtiva de tomate industrial, com repercussão no processo de modernização das áreas produtoras.

No tocante ao segmento “frutas e suas preparações”, o destaque se faz para as empresas como a Parmalat (BA), Maisa (RN), Maravilhas (SE), Dafruta (CE), Frutostropicais (CE), Canaã (BA) e o Grupo Graziela (PE), cujos empreendimentos se intensificaram já nos anos 90, com incentivos financeiros da SUDENE/FINOR e do BNB/FNE e que atualmente encontram-se em operação com tendência a expansão.

¹ -Estudo realizado pelo Núcleo de Estudos Técnicos do Banco do Nordeste do Brasil com sede em Fortaleza – Ceará com o objetivo de caracterizar a agroindústria na região tendo nos pólos irrigados o principal centro produtor de produtos agrícolas utilizados como matéria prima pela grupos agroindustriais projetados.

TABELA 01 - Distribuição geográfica das empresas pesquisadas nos pólos por grupos agroindustriais, situação de setembro/1988.

Pólos Agroindustriais	GruposAgroindustriais								
	Total	Frutas, Legumes, Hortaliças (1)	Leite E Derivados (2)	Derivados de Arroz (2)	Derivados De Milho (3)	Óleos Vegetais (4)	Produçã o de Rações (5)	Sementes Selecionada s	
Petrolina/Juazeiro	7	-	-	1	2	1	-	2	13
Baixo-Médio Jaguaribe	5	1	-	5	-	10	1	-	22
Norte de Minas	-	3	-	1	-	2	-	-	6
Guanambi	-	-	-	4	-	4	-	-	8
Moxotó/Pajéu	2	-	-	-	-	-	-	-	2
Baixo Parnaíba	-	1	-	-	-	2	-	-	3
Formoso	-	-	-	1	-	1	-	1	3
Gurguéia	-	-	-	-	12	1	-	4	-
Acaraú/Curu	1	1	-	-	-	2	-	-	4
Baixo São Francisco	-	-	-	10	2	1	1	-	14
Açu	2	-	-	-	-	1	-	-	3
Barreiras	-	-	-	1	-	-	-	1	2
B. Ocid. Maranhense	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alto Piranhas	4	-	-	1	-	6	-	-	11
TOTAL	21	6	-	24	5	32	3	4	95

FONTE: Pesquisa direta – BNB/ETENE.

NOTAS: (1) Das 21 indústrias desse grupo, 4 encontravam-se em implantação em 1987.

(2) Das 24 indústrias desse grupo, 2 não funcionaram em 1987.

(3) Das 5 indústrias desse grupo, uma encontrava-se em implantação em 1987.

(4) Das 32 empresas de óleos vegetais, 8 não funcionaram em 1987. Ademais, as unidades de óleos vegetais dos pólos Guanambi e Formoso limitam-se, apenas, ao beneficiamento de algodão;

(5) Das 3 indústrias do grupo, apenas uma funcionou, mesmo assim para atender os seus rebanhos bovino/suíno.

TABELA 02 - Distribuição geográfica da produção de processamento de frutas, legumes e hortaliças nos pólos agroindustriais em 1987.

Produtos	Pólos Produtores (%)						Total (t)
	Petrolina/ Juazeiro	Moxotó/ Pajéu	Alto Piranhas	Baixo- Médio Jaguaribe	Acaraú/ Curu	Açu	
Polpa de tomate	99,7	0,1	0,2	-	-	-	72.686,6
Extrato de tomate	97,2	2,1	0,7	-	-	-	3.856,5
Molho de tomate	100,0	-	-	-	-	-	150,0
Catchup de tomate	95,8	4,2	-	-	-	-	469,7
Pimentão desidrat.	100,0	-	-	-	-	-	10,0
Doce de banana	-	24,0	43,5	32,5	-	-	1.768,8
Doce de caju	-	8,3	-	91,7	-	-	626,6
Doce de goiaba	-	84,9	11,3	3,8	-	-	6.570,1
Doce de jaca	-	100,0	-	-	-	-	52,5
Doce de mamão	-	100,0	-	-	-	-	105,0
Doce de coco	-	-	-	-	100,0	-	216,0
Polpa de goiaba	-	100,0	-	-	-	-	2.250,0
Geléia de goiaba	-	-	100,0	-	-	-	25,0
Suco de caju	-	-	-	100,0	-	-	23,2
Suco integ. de caju	-	-	-	-	-	100,0	9.600,0
Suco.de maracujá	-	-	-	-	-	100,0	14.520,0
Suco de abacaxi	-	-	-	-	-	100,0	10.080,0
Suco de melão	-	-	-	-	-	100,0	2.400,0
Suco. de graviola	-	-	-	-	-	100,0	648,0
Vinagre	-	-	-	-	-	100,0	13,2 (1)
Condimentos	-	-	-	-	-	100,0	49,5 (1)
Coco ralado	-	-	-	-	100,0	-	840,0
Vinhos	100,0	-	-	-	-	-	400,0(1)
Leite de coco	-	-	-	-	100,0	-	1.612,0

FONTE: Pesquisa direta – BNB/ETENE

NOTA: (1) Em mil litros.

Neste panorama, produtores irrigantes (lotes de pequenos produtores e lotes empresariais) são integrados às agroindústrias, muitas vezes associados ou cooperados, tendo o contrato de produção, seja verbal ou escrito, como instrumento que formaliza essa relação e controla a atividade do produtor. Impõe índice de produtividade que obedece a padrões industriais da atividade e, ao mesmo tempo, estabelece um conjunto de critérios, variável em função da conjuntura e da região, para a seleção dos produtores a serem integrados, de forma, que o processo de externalização da atividade produtiva de matérias-primas entre as diferentes unidades agrícolas, não interfira na standardização desejada do produto industrializado.

O estabelecimento de critérios nessa relação contratual tem em contrapartida ao seu atendimento, o compromisso da unidade agroindustrial de fornecer ao produtor: tecnologia, assistência técnica e a garantia de mercado para os produtos agrícolas, esta última considerada principal atrativo colocado à disposição dos agricultores pela

agroindústria, funcionam como indutores dos índices de produtividade e, conseqüentemente, de homogeneização da qualidade do produto entregue às agroindústrias.

O ganho de produtividade e homogeneização do produto agrícola, matéria-prima da agroindústria, tornou-se um objetivo centrado no elo de processamento agroindustrial, porém, deslocando-se para o agrícola, com a intensificação dos processos locais de manejo agrícola, colheita e classificação monitorada por técnicos da empresa processadora e compradora do produto agrícola.

Salvo as influências econômicas, micro e macrodeterminantes da competitividade, discutidos mais à frente, a produção e a comercialização de frutas frescas para o consumo *in natura*, surge inicialmente como alternativa de incremento da renda dos produtores já que os melhores frutos destinados a este consumo recebem preços mais atrativos em relação aos preços pagos pela agroindústria processadora.

Contudo, a partir dos anos 90, influenciada pelas transformações e expansão, a nível mundial, do consumo de frutas e legumes *in natura*, a fruticultura da região desperta interesses por exigir uma adaptação do processo produtivo caracteristicamente direcionado para a produção e comercialização de frutas frescas, embora reconhecendo que a produção e a comercialização de frutas e legumes nesse contexto, organiza-se em torno de grandes operadores internacionais influenciados pela concorrência, pela legislação internacional e pelo poder de negociação das grandes cadeias de distribuição.

Assim, dois pontos ganham atenção, o primeiro caracterizado pelas mudanças nos padrões de consumo e conseqüentemente, no incremento potencial do consumo de frutas e legumes no mercado internacional, sobretudo nos mercados dos países importadores, a exemplo da União Européia conforme os dados da Tabela 03.

O segundo caracterizado no potencial agrícola dos países do hemisfério sul em produzir frutas a preços competitivos e características que satisfaçam plenamente ao consumidor nestes mercados, onde a consumação de frutas e legumes é marcada pela forte elasticidade da demanda em relação à qualidade da oferta, (Loeillet, 1998).

Tabela 03 - Consumo relativo de frutas e legumes em relação aos principais produtos concorrentes no mercado europeu

Produtos	1980	1994	Varição(%)
Legumes Frescos	26,0	26,0	0,0
Frutas Frescas	28,0	24,4	-3,6
Legumes em Conserva	7,5	7,3	-0,2
Frutas em Conserva	3,0	3,1	0,1
Batata Inglesa	5,0	6,0	1,0
Arroz	2,5	2,6	0,1
Patês	3,0	3,1	0,1
Crems e Glacês	7,0	8,3	1,3
Derivados de Leite (*)	18,0	19,2	1,2
Total	100,0	100,0	-

Fonte: FRuiTROP, nº 46, Abril de 1998. (*) ênfase : leite e queijo.

A junção destes dois pontos, como fator de redimensionamento da fruticultura irrigada do Nordeste, resulta na perspectiva de ajuste às exigências do mercado internacional, por redefinir a magnitude e a estrutura produtiva nos pólos irrigados, deslocando-se do mercado local em direção ao mercado internacional.

No entanto, os agricultores que realizam esta atividade não são homogêneos: possuem diferentes tamanhos de propriedade irrigada, adotam graus de tecnificação diferentes e buscam desenvolver novos cultivos com novas espécies de frutas e variedades melhoradas, como forma de se adequar às exigências do consumo final de frutas frescas no mercado exterior.

Sobre essa questão, certamente algumas atividades agroindustriais foram afetadas, resultando no fechamento de unidades processadoras instaladas na região nos anos setenta e oitenta, como a Etti, a Cicanort, a Peixe, predominantemente processadoras de tomate industrial e goiaba. Outras unidades produtoras surgiram dando sinais de um novo cenário da fruticultura regional (ver Tabela 04), caracterizado por mudanças tecnológicas que demandam maior flexibilidade na empresa, perfil de qualificação versátil e polivalente, tendência à especialização de um subsistema produtor e comercial de frutas frescas atento às regulamentações internacionais – nacionais e as novas articulações dos atores com o mercado, pontos que centralizam as discussões posteriores desta tese.

É inegável que o grau de interdependência verificado em função das mudanças de mercado e da forma de organização da produção da fruticultura na Região, acelerou o surgimento de novas empresas, numa categoria que denominamos de “agrocomercial exportadora de frutas frescas” ou agroexportadora, tendo na coordenação local e nas conexões comerciais os aspectos mais relevantes para a elaboração de estratégias de concorrência centradas no fluxo produção-consumo de frutas frescas, especialmente destinadas ao mercado internacional.

Essas novas conexões, entre produtores de frutas da região e agentes internacionais (importadores e distribuidores de frutas frescas) aceleraram o surgimento de novos sistemas de produção e comercialização, em que as empresas não se restringem ao processamento, tendem a se especializar em produzir e exportar frutas de qualidade sob um processo sistêmico do agrícola à distribuição final na possibilidade de um novo produto ou um produto diferenciado.

Nessa possibilidade, a despeito de uma nova estrutura produtiva, grande parcela da produção e do segmento de mercado tem domínio de um grupo de empresas líderes que, por sua vez, caracterizam-se como empresas brasileiras especializadas em frutas tropicais, com foco no mercado externo ou em grandes distribuidores do mercado doméstico, embora parte, também, seja empresas que atuam em atividades de processamento agroindustrial.

Tal estrutura produtiva, a exemplo das empresas agroprocessadoras, inicialmente instaladas na região, também foi e ainda é, incentivada por programas específicos cujo suporte financeiro tem como origem o Fundo Constitucional do Nordeste-

FNE, institucionalmente gerido pelo Banco do Nordeste e como suporte técnico no programa de pesquisa da EMBRAPA.

TABELA 04 - Empresas líderes, instaladas a partir dos anos 80 nos pólos irrigados do Nordeste para produção de frutas.

Empresa	Localização das Áreas Produtivas	Linha de Produção Principal	Área Implantada	Principal Mercado
1. Fruit Fort Agrícola	PE	Uva Manga	42 400	Externo/Doméstico Externo/Doméstico
2. Grupo Graziera	PE	Uva Manga	500 200	Externo Doméstico
3. Fazenda Milano	PE	Uva Manga	500 80	Externo Doméstico
4. Frutitor	PE	Uva	400	Doméstico
5. Cambide (Bebedouro)	BA e PE	Uva Manga	200 200	Doméstico
6. Curaçá Agrícola	BA e PE	Uva Manga	230 10	Externo
7. Nova Fronteira Agrícola	BA	Uva Manga	50 180	Doméstico Externo
8. Agro-Olímpia	BA	Uva Manga	60 80	Externo Externo
9. Agrodan	PE	Uva Manga	60 80	Doméstico Externo
10. Agropecuária La Brunier	BA	Uva	150	Externo
11. Frutivale	BA	Uva Manga	35 80	Doméstico Doméstico
12. Timbaúba Agrícola	PE	Uva Manga	100 270	Doméstico Doméstico
13. Logus Butiá	BA	Uva	50	Externo
14. Mapel	BA	Manga	50	Externo
15. Frunort	RN	Melão Manga	500 150	Externo Doméstico
16. Maisa	RN	Melão Abacaxi Manga	800 230 150	Externo Doméstico
17. Tropical	CE	Melão Banana	200 100	Externo Doméstico

FONTE: Relatório da Valexport (2000) e visitas às empresas.

Neste contexto, a preocupação em assegurar os ganhos de produtividade e atendimento ao mercado no que diz respeito à qualidade, tem induzido essas empresas a investirem em infraestrutura e capacidade produtiva, que se estendem desde os sistemas modernos de irrigação – micro aspersão – à instalação e uso de *packing houses*, com capacidade estática de refrigeração e armazenagem de frutas frescas a ponto de encontrarmos nos Pólos Irrigados de Petrolina(PE) e Juazeiro(BA), em Junho de 2000,

cerca de 46 *packing houses*, sendo 21 com instalações frigoríficas, apresentando uma capacidade média de produção por packing de 100t/dia para manga e 20t/dia para uva.

Instala-se, deste modo, uma capacidade produtiva direcionada à formulação de estratégias sob os desafios da concorrência de mercado e das exigências do consumidor, fortalecido pela ação do segmento grande distribuidor varejista (super e hipermercados), que aposta cada vez mais na diversidade de variedades de frutas e legumes com qualidade e estabilidade do abastecimento.

Com a finalidade de organizar essas estratégias e ganhar competitividade para exportar, essencialmente no âmbito do Vale do São Francisco (Pólos de Petrolina-PE e Juazeiro-BA), foi criada em 1988, a Associação dos Exportadores de Hortigranjeiros e Derivados do Vale –VALEEXPORT, cuja estrutura funcional tem por base representar o empresário hortifrutigranjeiro local de forma institucional, em manter relacionamento e firmar convênios com órgãos, entidades e empresas públicas e privadas, no país e no exterior, que exercem atividades relacionadas à produção e comercialização de hortigranjeiros.

Seus membros atualmente (cerca de 1.500 produtores associados, conforme relatório da VALEEXPORT, 2000) são juridicamente independentes, mas atuam conjuntamente numa associação de caráter mais cooperativo que competitivo utilizado na formulação de estratégias visando atingir objetivos comuns, numa composição em que os sócios representam aproximadamente 80% de toda produção frutícola do vale.

Estima-se a existência de uma grande quantidade de *packing house* na região, com um total instalado de 97.500 metros quadrados, com um investimento realizado da ordem de US\$ 34,5 milhões. Capacidade frigorífica de 55.200 metros cúbicos, com um investimento realizado da ordem de US\$ 41,4 milhões, de acordo com relatório da VALEEXPORT de junho de 2000, como estrutura centralizadora de procedimentos de controle e seleção de qualidade dos frutos numa perspectiva de coesão setorial, desde a busca intensiva de inovações tecnológicas à adaptação aos procedimentos de novas modalidades empresariais.

O primeiro esforço de exportação de frutas frescas originaria desses pólos data de 1986, com o melão, e 1987, com a uva e a manga, com volumes incipientes, demonstrando, na época, a fragilidade e o amadorismo dos produtores da região. A construção de fatores de competitividade, como qualidade dos frutos, diversificação das variedades, estabilidade da oferta, organização da produção e da comercialização, condicionou esses produtores uma exportação de uva, manga e melão, particularmente, nos anos de 1997, 1998 e 1999, correspondente a quase 100% do que o Brasil exportou, Tabela 05.

Revelado o potencial exportador de frutas dos pólos irrigados da região Nordeste, as exportações de uva no período de 1997-1999 cresceram em 300%; as exportações de manga cresceram em 350% e no mesmo período as exportações melão cresceram em 50%, dando a entender que todos os esforços foram direcionados no sentido

de estruturar um plano estratégico numa nova performance e evolução da fruticultura regional.

Tabela 05 – Exportações de uva, manga e melão dos pólos irrigados da região Nordeste em relação às exportações do Brasil, com ênfase no Vale do São Francisco, anos de 1997, 1998 e 1999.

Produtos	Anos	Em Toneladas			Em US\$ 1.000,00		
		Pólos(A)	Brasil(B)	A/B %	Pólos(A)	Brasil(B)	A/B %
Uva	1997	3.700	3.705	100	4.700	4.780	98
	1998	4.300	4.405	98	5.550	5.823	95
	1999	10.250	11.083	92	7.910	8.614	92
Manga	1997	21.500	23.370	92	18.600	20.182	92
	1998	34.000	39.185	87	29.750	32.518	91
	1999	44.000	53.765	82	28.600	32.011	89
Melão	1997	45.500	45.729	99	20.300	20.913	97
	1998	63.500	65.004	96	27.543	28.323	98
	1999	58.567	65.453	88	26.342	28.733	89

Fonte: SECEX/DTIC e VALEXPORT

1.2 Plano estratégico numa nova performance e evolução

Perseguir uma nova performance, moldada na perspectiva do mercado internacional, porém de natureza qualitativa, despertou mudanças tecnológicas e comerciais (inovações e mercado) na fruticultura da região. Constatou-se que aquela fruticultura, implantada inicialmente, dirigida à industrialização e que exige quase sempre variedades com características peculiares ao processamento, deu lugar à predominância da fruticultura agrocomercial, cuja atividade central é a exportação de frutas frescas, exigente em variedades e serviços pós-colheita peculiares ao consumo direto.

Com vista a esta nova performance, constatou-se empresa com 100% da produção de frutas destinada ao comércio internacional, por exemplo, uma empresa produtora e exportadora de manga e uva, sediada no Pólo Irrigado de Petrolina-PE, em fase de expansão (implantação de novas áreas de produção de manga e uva e reforma do *packing house* para manga), com suporte financeiro do Banco do Nordeste, em um de seus diretores relatou que a modalidade adotada pela empresa no tocante a produção e a exportação destas frutas está relacionada a pratica das seguintes estratégias:

- Fazer contatos constantes e diretos com o exterior seja através da Diretoria ou através da manutenção de técnicos, no caso desempenhando a função de “Gerente de Comércio Internacional” para acompanhar os mercados na Europa e nos Estados Unidos e proporcionar aqueles que são responsáveis pelo beneficiamento de pós-colheita reciclagem em tratamentos e controle de qualidade de frutos, por oferecerem à empresa as informações requeridas para exportar;

- Exportar os frutos com o rótulo da própria empresa utilizando embalagens padronizadas com destaque da marca e da origem estampando o nome da empresa;
- Ser associado da VALEEXPORT e participar de movimentos relacionados à criação de uma marca do VALE;
- Priorizar investimentos na implementação de uma estrutura de tratamento fitossanitários e beneficiamento pós-colheita atrelada às câmaras frigoríficas, tendo já em funcionamento dois *packing house* e três câmaras frigoríficas, recebendo atenção especial de manutenção e funcionamento quando os frutos são destinados ao mercado americano;
- Adotar a possibilidade de indução floral da produção de manga e de duas safras e meia de uva por ano, objetivando ocupar janelas de mercado via frutos de contra-estação, particularmente no mercado europeu;
- Manter um intensivo programa de treinamento de mão-de-obra seja ela técnica ou de produção de campo, participando em alguns casos em conjunto com outras empresas;

É importante assinalar que essas estratégias buscam uma sintonia da produção aos novos ritmos e espaços que se ampliam, com as exigências do mercado e com os cuidados especiais quanto aos aspectos fitossanitários delineando a identificação das necessidades de inovações e transformações da produção, adequação do produto ao mercado apoiada no papel das instituições via uma programação e projetos públicos/privados (Ministério da Agricultura-Valexport, por exemplo), com o intuito comum de garantir o estabelecimento de regras e normas de qualidade e participação efetiva na exportação.

Vale frisar, hoje, que mesmo em alguns casos de empresas processadoras que passaram a atuar diretamente no mercado de frutas frescas, a exemplo da Maisa (RN), Frut Fort (PE) e da Milano (PE) entre outras, mas que continuam executando o processamento de hortifrutos, predomina uma nova modalidade de beneficiamento das frutas numa situação de pré-colheita e pós-colheita com destino ao mercado final, com uma integração produtor-empresa agroexportadora monitorada nas duas situações, para atender os compromissos do processo exportador, diferente da integração agricultor irrigante – agroindústria de processamento, com predominância numa ponta da cadeia da matéria-prima e na outra, derivados processados ou industrializados.

No conjunto dessas estratégias é possível visualizar uma integração ou uma sinergia entre indústria agroalimentar e empresa agrocomercial, na produção e comercialização de frutas frescas sob a ótica da melhoria de qualidade, com adoção e difusão de tecnologia específica que resultam na agregação de valor econômico às frutas a partir do tratamento e conservação pós-colheita, embalagens, controle e mecanismos de acondicionamento.

A despeito desses elementos, as cadeias produtivas de frutas (manga, uva, melão, mamão, abacaxi e banana predominantes nesta nova performance), têm-se caracterizado pelo dinamismo nas mudanças das características dos produtos, inserção no mercado internacional, ganho tecnológicos, alterações das escalas de operações e

organização de novos circuitos comerciais, construindo vantagens comparativas em relação ao processo produtivo instalado em função da aptidão agrícola e disponibilidade de recursos naturais, desenhado nos anos 70.

Na ótica das tendências à especialização e das relações entre Estrutura-Condução-Desempenho, esse dinamismo deixa transparecer que a atuação de novos atores e dispositivos via regras, acordos e contratos de comercialização com agentes que atuam no mercado exterior, evoluem no (re) estabelecimento de mecanismos de regulação e comportamento dos produtores, compatíveis com as exigências do consumo.

Contudo, o processo de (re) estabelecimento guarda especificidade em relação à natureza do produto agrícola, quando a análise é centrada no consumo *in natura* e que, no caso do subsistema agrocomercial, recebe a denominação de “fruta fresca”, uma vez que, como produtos perecíveis de rápida deterioração exigem uma estrutura logística e dispositivos técnicos capazes de garantir a produção e a distribuição, com prazos e qualidades a preços compatíveis às exigências do mercado.

Uma constatação nesse sentido é a de que, a fruticultura irrigada no Nordeste evolui na caracterização de subsistemas, constituídos de segmentos funcionais que determinam uma direção de fluxo intensivo nas etapas de produção, distribuição e funcionamento, Quadro 01.

Esta nova caracterização de subsistemas, da fruticultura regional, tem na atuação das empresas agrocomerciais o conjunto dos determinantes da competitividade em qualidade. Contudo, a articulação aos outros subsistemas ocorre de modo informal (acordos verbais, parcerias) e formal (contratos de integração compra e venda), sob forte coesão setorial. Os produtos passam de um subsistema a outro em função de seu fim: na forma de matéria-prima para processamento, caracterizado na integração agricultor – agroindústria; na forma de frutas frescas para o consumo direto, beneficiado via tratamentos pós-colheita, para complementar lote destinado à comercialização no mercado externo. Neste último, caracterizando uma relação empresa agroexportadora - pequeno empresário ou pequeno produtor, ou ainda uma associação de pequenos produtores de caráter agrocomercial, cuja integração ocorre em função de um contrato de exportação.

Sem dúvida, a opção de vínculos entre agroindústrias e produtores de frutas (irrigantes), via contratos de fornecimento destas como matérias-primas, foi responsável, num primeiro momento entendido na conversão de culturas de ciclo curto para fruticultura irrigada, pela difusão dos efeitos positivos gerados através do processamento agroindustrial desses bens primários naqueles pólos.

Porém, na trajetória de reconversão, “produção de frutas para processamento se deslocando para produção de frutas frescas voltada para o consumo *in natura* no mercado internacional”, esses vínculos, entre produtores e empresa agroexportadora, ocorrem pautados na prática de contratos de exportação com a intermediação da VALEEXPORT, quando a empresa agrocomercial é associada à mesma. De outro modo, a APROVALE, associação que representa um grupo de pequenos fruticultores com atuação no mercado de

exportação de frutas frescas do Vale do São Francisco, adota procedimentos similares, porém entre produtores e associação, por exemplo.

De um modo geral, percebe-se que esta prática se caracteriza como um elemento capaz de reduzir incertezas e oscilações do mercado, para os fruticultores vinculados, sem para tanto verticalizar as atividades, particularmente, na atuação conjunta dos associados da VALEXPORT, associação de caráter cooperativo, mas de membros jurídica e economicamente independentes, que se utiliza das relações de confiança e reciprocidade assumidas nas atividades do corpo técnico administrativo da Associação, de forma que garantam a conquista de vantagens competitivas, com ênfase nas condições de fatores determinantes da competitividade.

Digamos assim, que a produção é incentivada pelo aumento do consumo de frutas e hortaliças que se observa nos países desenvolvidos, pautado nas mudanças de hábitos de consumo, mas que a necessidade de adoção rápida de tecnologias sofisticadas, associadas aos aspectos estruturais e organizacionais é um fator cada vez mais determinante da competitividade na produção de frutas para exportação.

Com vista a esses desafios, a produção de frutas frescas nesses pólos, se tornou vantajosa pela sua capacidade de incorporar tecnologia às condições naturais, apoiadas no desenvolvimento de um conjunto de ações denominadas estratégicas na concepção das empresas locais :

- a) integração entre o processo de produção e a comercialização objetivando o mercado externo;
- b) fortalecimento das relações institucionais (público-privado, local-supranacional) com vista ao desenvolvimento e adoção de tecnologia moderna nos processos de produção, colheita e pós-colheita;
- c) implantação de mecanismos de controle e monitoramento à produção, apoiados em regras e normas de qualidade;
- d) formação de associações fortes entre os produtores para coordenação do processo de comercialização;
- e) instalação de *packing houses* e estruturas frigoríficas, possibilitando a incorporação de valor agregado ao beneficiamento dos frutos como alternativa para dirimir barreiras não tarifárias ;
- f) implantação de um movimento coordenado com o objetivo de criar o certificado de qualidade das frutas numa categoria de propriedade coletiva e adesão voluntária.

Este conjunto de ações torna-se, de fato, a alternativa primária da fruticultura regional e a apreciação da situação atual dos mercados nacional e internacional para a comercialização de frutas tropicais, em especial para o grupo aqui considerado, ajuda a entender as condições de concorrência dessas culturas tendo a qualidade como principal fator de competitividade.

Quadro 01 – Subsistemas da fruticultura irrigada no Nordeste do Brasil

SUBSISTEMAS ETAPAS	FAMILIAR (COLONOS- ASSENTADOS) (1)	LOTES EMPRESARIAIS (POUCO INTENSIVO EM CAPITAL) (2)	INDÚSTRIA AGROALIMENTAR (CAPITAL INTENSIVO- FORTE INTEGRAÇÃO) (3)	EMPRESA AGROCOMERCIAL (CAPITAL INTENSIVO- FORTE COESÃO SETORIAL) (4)
PRODUÇÃO	Exploração familiar em lotes irrigados –distritos agroindustriais.	Pequenas explorações com uso intensivo de Tecnologias e mão-de-obra assalariada.	Grandes áreas de exploração agrícola com uso intensivo de capital e de tecnologia.	Grandes áreas de exploração agrícola (especializadas) com uso intensivo de capital e tecnologias avançadas.
DISTRIBUIÇÃO	Pequenas áreas produtivas de hortifrutos condicionadas a associações de produtores/cooperativas. Mercado local – intermediários tradicionais e Indústria Agroalimentar	Pequenas áreas produtivas de frutas condicionadas a um modelo de adm. De pequena empresa rural Mercado local, mercado interestadual.	Grandes unidades de condicionamento e transformação privadas ou cooperadas (Produção de área própria e áreas integradas). Mercado atacadista, supermercados, exportação influenciada pela marca ou denominação do grupo;	Modernas unidades de beneficiamento, seleção, classificação e acondicionamentos pós-colheita (packing house). Mercado internacional sob atuação de agentes importadores/exportadores profissionais; Mercado local sob negociação direta com atacadistas ou compradores de redes de supermercados.
CONSUMO	Consumo tradicional (doméstico e de baixa renda).	Demanda final influenciada pela grande distribuição varejista.	Consumo padronizado com predominância de Produtos processados /transformados. Demanda final sob influencia da concorrência oligopolística tendo no centro uma agroindústria.	Demanda final como refluxo da distribuição e comercialização de frutas frescas sob influencia das normas de qualidade e fitossanitárias;
CRITÉRIOS E CARACTERÍSTICAS DE FUNCIONAMENTO	Produção individual ou sob contratos de integração, circuitos comerciais tradicionais e quase integração.	Produção independente para o mercado de produtos frescos e integração parcial seja com a indústria agroalimentar ou com o subsistema agrocomercial (particularmente na composição de lotes de produtos para exportação)	Produção coordenada e quase integração sob contratos de compra e venda de matéria-prima (produtos agrícolas a serem processados), concorrência monopolística / oligopolística com preços administrados.	Produção coordenada no fluxo produção-consumo, produção independente e dirigida ao consumo final de fruta <i>in natura</i> , intensivo controle de qualidade e P&D ao longo da cadeia, circuitos comerciais controlados e integrados.

Fonte: Pesquisa de Campo, elaboração própria.

Nota: 1 e 3 subsistemas predominantes nos anos 80; 1,2,3,e 4 subsistemas predominantes nos anos 90 com maior atuação das empresas agroexportadoras ou agrocomerciais no processo de reconversão da fruticultura regional.

1.3- Mercado internacional

1.3.1- Configuração

Precisamente, configurar ou dimensionar o mercado internacional de frutas, em seus aspectos quantitativos, entre outras conotações, não é objetivo desta tese. Porém, conhecer as tendências deste mercado no tocante aos volumes exportados e importados, as participações dos principais países exportadores e importadores a nível mundial, bem como um conjunto de informações detalhadas para um grupo de frutas tropicais consideradas competitivas, nos últimos anos, servirá de suporte, no delineamento de estratégias de concorrência consideradas alternativas primárias.

Questionar a participação das frutas nas exportações e/ou nas importações agrícolas mundiais², classificando como baixa, parece não ser a melhor alternativa para mostrar que a fruticultura no seu conjunto tem se configurado, de acordo com o IICA/FAO (1998), por uma expansão das exportações médias anuais, da ordem de 48%, quando comparadas as médias anuais exportadas nos anos 80 em relação as médias exportadas nos anos 90, deslocando-se deste modo de US\$19,7 bilhões (anos 80) para US\$29,2 bilhões (anos 90).

Relativo as importações mundiais de frutas neste período, os valores têm apresentado-se com médias anuais superiores às exportações, embora tenham crescido à taxas inferiores (crescimento de 48% das exportações contra um crescimento em média cerca de 38% das importações), deslocando-se de US\$25,1 bilhões (anos 80) para US\$34,9 bilhões (anos 90).

Na trajetória dessa evolução das exportações de frutas a nível mundial, não podemos deixar de citar considerações de natureza macro, mas que implicam uma análise da competitividade levando em conta – e com seu devido peso – os processos internos e externos à empresa que atua no comércio internacional de frutas tropicais, na década de 90, de acordo com FAVERET FILHO (1999), baseado em estudo da OECD (1996):

- esforço de aumento do valor das exportações pelos países em desenvolvimento;
- processos de globalização e liberalização comercial, conseqüentemente indução de novos hábitos de consumo;
- mudanças da política agrícola na direção dos produtos não tradicionais;
- progresso técnico nas operações de logística comercial;
- intensificação dos sistemas de comunicação eletrônica facilitando as operações comerciais;
- esforços de coordenação e harmonização dos dispositivos de regulação específica à qualidade das frutas.

Dessa forma, a construção de um canal de informação e articulação entre os elos da cadeia, essencialmente no âmbito internacional no tocante aos países importadores

² Dados do Statistical Yearbook da FAO de 1995.

de economia desenvolvida, onde o importador é o principal articulador das exigências do consumidor, encontra eco nas palavras de um Diretor da Greencel, empresa importadora de frutas tropicais para o mercado europeu, localizada na Inglaterra que, ao participar da Fruit Feira Internacional em São Paulo, de 26 a 29/03/2001, transmitiu a seguinte observação:

*.....Política para melhorar as exportações de frutas tropicais requer uma parceria de longo tempo com duas vias de comunicação configurando fluxo e refluxo entre exportador-importador-consumidor; produzir um produto que o exportador se orgulhe das qualidades do mesmo inclusive do grau de exigência atendida no mercado interno é o principal desafio, porque não tem como competir no mercado internacional quando o mercado interno não tem regras e normas de qualidade. É melhor mandar um palete vazio do que mandar um produto de baixa qualidade e às vezes fraudulento ou estragado, pois isto gera desconfiança e conseqüentemente perdas de mercado(...)*³

Colocação dessa natureza tem seu fundamento quando observamos que, de um modo geral, o consumo de frutas é concentrado nos países desenvolvidos, destacando-se o hemisfério Norte, com dispositivos rígidos no tocante à qualidade dessas frutas, seja por uma questão de proteção ao consumidor, seja por uma questão característica do próprio mercado, enquanto que a produção é concentrada nos países em desenvolvimento, com destaque para Brasil, México, China, Costa do Marfim, Costa Rica, entre outros, em que os dispositivos em relação à qualidade, em alguns casos, encontram-se em processo de consolidação ou até mesmo sob a influência dos dispositivos externos.

Contudo, pelos dados de 1997/1998 (ver Tabela 06), a participação do Brasil no volume total de produção de frutas tropicais aparece ocupando o 1º lugar no *ranking* para os produtos papaya e abacaxi, porém são Costa do Marfim, Costa Rica e Filipinas que se destacam como principais produtores-exportadores dessas frutas, incluindo-se a banana.

Posicionando-se também entre os dez principais países produtores de manga e melão, tendo os países asiáticos (China, Malásia, Indonésia e Tailândia) e os países americanos (México, Chile) como seus concorrentes principais, o Brasil, com uma participação nas exportações de último no *ranking*, explicada, talvez, pela falta de sintonia com os padrões internacionais do mercado desses produtos, embora tenha na vantagem comparativa de recursos naturais e no baixo custo de mão-de-obra concentrada nos pólos irrigados da região Nordeste, o principal vetor da competitividade.

³ Anotações feitas pelo autor por ocasião da conferência do palestrante, sendo que o texto original da devida conferência deverá encontrar-se no Instituto Brasileiro de Frutas – IBRAF, organizador do evento.

Os esforços para o crescimento da produção e que esses frutos sejam competitivos no mercado internacional aparecem como estratégicos em vários programas intitulados de exportação de frutas, com destaque, no caso do Brasil, para o PROEX, o PRODEFI, entre outros, particularmente com atuação na região.

Tabela 06. Ranking de classificação dos principais países produtores de frutas tropicais, com produção acima de 500 mil t/safra, 1997-1998.

Frutas	Países Produtores (ranking de classificação)
Abacaxi	Brasil , Tailândia, Filipinas, Índia, China, Nigéria.
Banana	Índia, Equador, Brasil , China, Indonésia.
Manga	Índia, Chile, Tailândia, Filipinas, Indonésia, Paquistão, Nigéria, Brasil .
Melão	China, Turquia, Irã, EUA, Espanha, Índia, Romênia, México (*).
Uva	Itália, França, Espanha, Turquia, Argentina, China, Irã, Chile, Austrália, África do Sul, Brasil .
Papaya	Brasil , Nova Zelândia, Índia.

(*) Brasil <500 mil t.

Fonte: FAOSTAT.

A atuação desses programas, com maior intensidade nos anos 90, corresponde com a maior à participação do Brasil no mercado internacional de frutas tropicais, em relação ao conjunto de países denominados como os principais produtores, exportadores e importadores mundiais dessas frutas de acordo com a Tabela 07.

Com base nos dados (Tabela 07), verifica-se que as exportações brasileiras, em relação às exportações mundiais de frutas tropicais (abacaxi, banana, manga, melão, papaya e uva), aparecem de certa forma baixas se comparamos à participação do país na produção mundial. O Brasil participa como produtor de abacaxi com 14,1% da produção do mundo, contudo participa com menos de 1,0% das exportações desse fruto; produz 10,4% de banana e exporta menos de 1,0%; produz 3,2% de melão e exporta 1,0%; produz a ordem de 6,0% de manga e exporta cerca de 2,0%; produz 35,5% de papaya e exporta 3,2%; produz 1,5% de uva exporta cerca de 1,0%. De um modo geral, a participação do Brasil no comércio internacional dessas frutas é menor do que 1,0%, embora seja classificado como maior produtor mundial.

No que se relaciona às importações, Estados Unidos, Alemanha, Inglaterra, França e Japão absorvem cerca de 45% do comércio internacional desses frutos tropicais frescos, sendo que no mercado da União Européia se concentram 50% das importações de abacaxi (França, Bélgica-Luxemburgo, Itália, Reino Unido, Espanha, Alemanha); 30% das importações de banana (Alemanha, Bélgica-Luxemburgo, Itália, França); 20% das importações de manga (Holanda, França, Bélgica-Luxemburgo, Reino Unido); 45% das importações de melão (Reino unido, França, Alemanha, Bélgica-Luxemburgo, Holanda); 28% das importações de uva; 14% das importações de papaya (Alemanha, França, Reino Unido).

Tabela 07. Participação (%) dos principais países produtores, exportadores e importadores mundiais de frutas tropicais, 1997.

Ramo	Abacaxi	Manga	Melão	Banana	Uva	Papaya
Produção	Brasil 14,1 Filipinas-12 Índia-8,8 Tailândia-16 China-7,0 Nigéria-6,0	Índia-51 China-9,1 México-6,0 Tailândia-5,7 Filipinas-4,4 Indonésia-2,5 Nigéria-2,1 Brasil 2,0	China-35,5 Turquia-11,6 EUA-6,0 Espanha-5,2 Israel-5,1 Índia-3,5 México-2,7 Japão-2,2 Brasil <1,0	Índia-17,3 Equador-13 Brasil 10,4 Filipinas-6,4 China-5,1 Indonésia-5,1 Colômbia-3,7 Costa Rica-3,7 Tailândia-2,8	Itália-14 França-12,2 EUA-11,2 Espanha-9,4 Turquia-7,0 Argentina-4,4 Irã-3,6 Chile-2,8 Brasil 1,5	Brasil 35,5 Nigéria-10 México-9,3 Índia-9,3 Indonésia-7,2
Exportações	Costa Rica-24 C. do Marfim-17 França -16 Bel-Lux. -10 Filipinas -7,0 Brasil - 1,0	México-37 EUA-12 Filipinas-11,7 Brasil - 6,0 Índia -3,8	Espanha-32,5 México-15,4 EUA -10 França -7,1 C. Rica- 7,0 Brasil - 3,2 Guatemala-2,9	Equador - 27 Colômbia- 10 Costa Rica 9,5 Filipinas - 8,1 Panamá - 3,5 Honduras-3,5 Brasil <1,0	Itália -22,6 Chile -18,5 EUA - 17,9 A do Sul- 5,5 Espanha -4,7 Brasil <1,0	México -41,5 EUA -24 Brasil - 11,0 Malásia -17 Belize - 4,0
Importações (ênfase nas importações da União Européia).	EUA -19,5 França -18,1 Bel.-Lux. - 11,2 Japão -8,6 Itália - 7,0 Reino Unido-7,0 Alemanha -6,4 Espanha - 4,0	EUA - 21 Alemanha-11 Bel.-Lux - 9,3 Japão -6,7 Itália -5,5 França - 3,5 Canadá -2,5	EUA - 32 Hong Kong-11 Holanda-6,2 França - 4,7 Inglaterra-3,5 Est.Árabes-2,5 Bel.-Lux.- 2,5	EUA -27 Inglaterra - 14 França -9,5 Alemanha - 7,5 Holanda -6,5 Itália -5,1	EUA - 18,4 Alemanha-16 Inglaterra -8,6 França - 9,0 HongKong7,8 Holanda -6,5 Canadá -5,7	EUA -45 Cingapura-20 HongKong11,5 Japão-9,8 Inglaterra -7,2 Canadá- 5,2 França -2,6 Holanda -1,7 Alemanha -1,7

Fonte: FAOSTAT

De outra forma, tendo em vista a aptidão do Brasil para produzir frutas tropicais, observa-se uma fragilidade do modelo exportador dessas frutas, configurada no padrão competitivo de baixo desempenho no mercado externo, quando comparado ao desempenho exportador dos principais países produtores, numa relação exportação/produção interna de frutas, conforme Tabela 08.

Nesta ótica, o conhecimento de que países como a Costa Rica exportam cerca de 70% da sua produção de abacaxi e 97% da sua produção de melão; México exporta cerca de 15% de sua produção de manga e 45,8 da sua produção de melão; a Malásia exporta 65% da produção de mamão; Chile 35,6% e África do Sul 8,5% da produção de uva; Guatemala 90,3%, Colômbia 72,3%, Costa Rica 81,2% e Honduras 51,6% da produção de banana (ver Tabela 08), configura um potencial exportador destes países, podendo servir de base para as estratégias utilizadas para ampliar a participação brasileira no mercado internacional, que hoje atinge a cifra de apenas 1,0% em relação à produção interna.

Na redefinição deste modelo exportador, o mercado da União Européia se destaca como o principal mercado importador de frutas brasileiras, caracterizado por alguns pontos que expiram uma perspectiva de desafios e conquistas às frutas tropicais brasileiras. Entre estes pontos : o crescimento contínuo do consumo de frutas nos últimos anos; as mudanças nos padrões de consumo com reflexos positivos na composição relativa do consumo de alimentos, em que o consumo de frutas frescas aparece em maior escala e com tendência crescente e; a maior concentração das exportações brasileiras de frutas frescas neste mercado, merecem atenção especial por parte da fruticultura irrigada do Nordeste nas proposições de estratégias de concorrência.

Tabela 08. Relação exportações/produção interna nos principais países exportadores de frutas tropicais, 1997/1998.

Abacaxi	Manga	Melão	Papaya	Uva	Banana
C. do Marfim (72,9 %)	México (12,5%)	Costa Rica (97%)	Malásia (65%)	Chile (35,6%)	Guatemala (90%)
Costa Rica (74,4 %)	Brasil (5,13%)	México (45,8%)	México (9,5%)	África do Sul (8,5%)	Costa Rica (81,2%)
Malásia (10,4 %)	Peru (4,8%)	Honduras (40,5%)	Grécia (8,5%)	EUA (4,7%)	Colômbia (72,3%)
EUA (8,8 %)	Haiti (4,7%)	Espanha (38,5%)	Itália (6,8%)	Austrália (3,1%)	Equador (59,5%)
Filipinas (8,8 %)	Filipinas (4,4%)	Brasil (15,5%)	Costa Rica (6,7%)	Espanha (2,0%)	Honduras (51,7%)
México (6,1%)	Israel (3,0%)	França (13,2%)	Brasil (0,46%)	Itália (2,0%)	Filipinas (30,4%)
Brasil (0,72%)				Brasil (0,41%)	México (14,3%)
					Brasil (0,7%)

Fonte : IICA/FIPE, 1999.

1.3.2 - Mercado europeu: conquista e desafios para as frutas tropicais

As tendências de crescimento do mercado internacional de frutas e hortaliças, mesmo tendo preferência pelas frutas tradicionalmente consumidas, acenam para uma expansão do consumo de frutas exóticas (tropicais) tipicamente de clima tropical, como as produzidas pelo setor hortifrutícola da região do Nordeste do Brasil.

De acordo com a FAO (citada em Agro Europe, jun. 1998, p.3), o consumo mundial de frutas de clima tropical deve crescer na ordem de 40% entre os anos de 1995 e 2005. Isto corresponde a uma taxa de incremento médio anual de 3,5%, exigindo, dessa forma, um acompanhamento pela oferta, o que cria grande expectativa para o setor produtor brasileiro, em particular para a produção irrigada da região Nordeste, já que a mesma apresenta clima e disponibilidade de área adequados ao desenvolvimento desta atividade com possibilidades de atender tais exigências.

Neste escopo, a hortifruticultura vem sendo colocada como um segmento de transformação e processamento em plena evolução na industrialização de alimentos e, mais recentemente no consumo “*in natura* de frutas”. Isto é, sobretudo verdadeiro na **União Européia**, onde todo esse potencial de mercado, particularmente para frutas, está caracterizado por um consumo de 115 kg de frutas por pessoa/ano. Este consumo apresenta um crescimento intensivo nos anos 80, quando se verifica um incremento da ordem de 28,00% de 1981-02 (95 kg/pessoa/ano) a 1991-92 (121 kg/pessoa/ano). Durante a primeira metade da década de 90 comprova-se uma diminuição do consumo da ordem de 8,0% de 1991-92 (121 kg/pessoa/ano) a 1996-97 (111 kg/pessoa/ano) para em seguida voltar a crescer na possibilidade de acumular um incremento da ordem de 4,0% no período de 1996-97 (111 kg/pessoa/ano) a 2001-02 (115 kg/pessoa/ano) conforme Tabela 09.

O elevado consumo de frutas na União Européia coloca sua população entre os maiores consumidores de frutas e legumes do mundo, sendo que 62,0% consomem, cotidianamente frutas e 42,0% legumes. Destinando algo em torno de 25% de sua renda para alimentação, estes consumidores caracterizam-se por uma imagem positiva do consumo de produtos frescos, sadios, equilibrados e dietéticos, o que beneficia as frutas e os legumes (Solagral, 1997). Este potencial de mercado apresenta-se fortalecido pela perspectiva de continuidade do crescimento de consumo de frutas dos estados-membro, verificado nas duas ultimas décadas, num bloco que contabiliza, hoje, um PIB de US\$ 6,0 trilhões e um mercado consumidor de 375 milhões de pessoas.

Tabela 09 - Consumo de frutas nos países membros da União Européia, 1981-82 a 2001-02.

Países	Consumo (média kg/pessoa/ano)				Crescimento (%) (1)	Projeção 2001-02 (2)
	1981-82	1986-87	1991-92	1996-97		
Áustria	118	130	140	115	0,26	115
Bélgica-Luxemburgo.	78	91	154	130	17,25	152
Dinamarca	50	75	79	96	19,00	114
Finlândia	83	71	81	71	(3,75)	68
França	69	81	91	91	7,25	97
Alemanha	105	118	137	117	3,25	120
Grécia	186	172	197	181	3,75	118
Irlanda	64	71	69	79	5,50	83
Itália	124	129	145	135	2,25	138
Holanda	109	112	161	122	5,25	128
Portugal	51	80	102	114	23,75	141
Espanha	121	129	145	122	0,50	123
Suécia	82	85	101	99	5,25	104
Reino-Unido	61	71	78	82	7,75	88
União Européia	95	105	121	111	4,11	115

Fonte: Dados da FAO (1999) em CD-ROM disponível biblioteca do CIRAD- Montpellier-França.

Nota: (1) valores estimados com base no crescimento acumulado em cada período; (2) projeção com base em 1995-97; valor em parêntese negativo.

Acrescente-se a essa perspectiva o fato de que países do Leste Europeu, antigo bloco comunista, deverão se tornar membros da União Européia, no período de 2003/2005, como Polônia, Estônia, Hungria, República Tcheca, Eslovênia, Bulgária, Romênia, Lituânia, Letônia, Eslováquia. Esta provável incorporação levará o PIB para US\$ 7,0 trilhões com um mercado consumidor de 540 milhões de pessoas.

Neste contexto, a participação brasileira no abastecimento deste mercado, entre os principais países exportadores de frutas tropicais (ver Tabela 10), indica que as exportações brasileiras de frutas tropicais encontram sua trajetória nas tendências de consumo do mercado europeu, numa perspectiva de espaço para crescimento e melhor desempenho caracterizado no conjunto de informações detalhadas para cada produto do grupo: abacaxi, banana, manga, melão, papaya e uva.

Tabela 10. Participação dos principais países exportadores de frutas tropicais no abastecimento do mercado europeu, 1996-1997.

Total por produto	Participação dos principais países exportadores
Melão: 512.861 t	Espanha 60%, Brasil 6,8% , Países Baixos 7,9%, França 5,2 %, Costa Rica 3,9%.
Papaya: 9.189t	Brasil 40,7% , Israel 19,2%, Jamaica 14,7%, Gama 8,4%, Costa Rica 2,9%
Manga/Mangustão: 60.270t	Brasil 20,4% , África do Sul 8,8%, México 8,3%, Israel 7,6%, Peru 7,5%, Estados Unidos 6,8%, Chipre 6,8%
Abacaxi : 273.987t	Costa do Marfim 56%, Costa Rica 23,5%, Gama 7,9%, Honduras 3,7%, República Dominicana 3,4%, Brasil (<1,0%)
Uva: 55.332t	Chile 40%, África do Sul 20%, Espanha 12,5%, Itália 10%, Turquia 6,0% (Brasil <2,0%)
Banana: 58 milhões de t	Equador 17,6%, Colômbia 16,6%, Costa Rica 15,5%, Ilhas Canárias 8,2%, Panamá 7,9% Brasil (não aparece entre os principais exportadores)

Fonte : FruiTropo, CIRAD-FLHOR Juin 1997, Version Française.

Abacaxi - Entram na UE 273.987t desse fruto, sendo o principal fornecedor a Costa do Marfim (153.681 t) seguido pela Costa Rica (64.477 t) correspondendo a 56,0% e 23,5% das importações totais, respectivamente. A Costa do Marfim tem exclusividade do mercado francês, das 132.811t de abacaxi importadas pela França 127.223 t ou 95,8%, são provenientes daquele país. Os mercados da união Bélgica-Luxemburgo, segundo mercado importador da UE (74.587t), têm na Costa Rica seu maior abastecedor (26.143 t – 35%) seguido da Costa do Marfim (12.123 t – 16,3%) e Gama (14.381 t – 19,3%). A Alemanha (11.229 t), a Itália (19.491 t), o Reino Unido (17.033 t) e a Espanha (7.490 t) são abastecidos em maior escala pela Costa Rica, que aponta ter exclusividade no mercado do Reino Unido e é responsável por 85,0% deste mercado. De um modo geral, o mercado de abacaxi na UE está em crescimento devido principalmente à ação de organizações interprofissionais de fornecedores que para o reaquecimento deste mercado, vêm oferecendo um produto competitivo em qualidade, caso típico da Costa do Marfim, cuja influência francesa, no que diz respeito a uma política de qualidade agroalimentar, tem funcionado como um fator que aproxima esta produção daquele mercado.

Manga/Mangustão – Um montante de 60.270 t desses frutos entrou no mercado da União Européia no período 1996/1997, deste total 12.268 t são provenientes do Brasil (20,4%) seguido pela África do Sul (5.344 t – 8,8%) e pelo México (5.011t – 8,3%) ; Israel, Peru, Estados Unidos e Costa do Marfim, têm uma taxa de abastecimento de cerca de 7,5% (4.500 t) cada. Os Países-Baixos são responsáveis pelas maiores importações (21.853 t) abastecidos em sua maior escala pelo Brasil (9.171 t – 42%); Estados Unidos (3.836 – 29,0%) e México (2.368 t – 11,0%). A França, segundo importador (13.019 t), é abastecida quase em seu total pela Costa do Marfim (3.627 t), Israel (4.460 t) e México (1.289 t) que somam 71,7% da oferta. Reino Unido, terceiro importador (11.790 t), é em maior parte abastecido pelo Brasil, Paquistão e Venezuela que juntos somam 50% do total do abastecimento. A manga é sem dúvida o fruto tropical que mais cresce em consumo no mercado da União Européia, onde as importações desse fruto aumentaram mais de 200% entre 1985/1995, apesar de ser considerado pelos exportadores brasileiros um dos produtos agrícolas mais exigentes em tratamento fitossanitários e cuidados logísticos, particularmente pelo grau de suscetibilidade dos frutos a pragas e doenças como também pela evolução fisiológica que passa os frutos na pós-colheita, exigindo um forte controle de temperatura e umidade no processo de acondicionamento pré e durante o transporte até o ponto de comercialização final no mercado exterior.

Nas palavras de um Gerente Técnico de uma empresa exportadora de manga, localizada em Petrolina:

“o país tem possibilidade de expansão de suas vendas, já que dispõe de variedades apreciadas pelo mercado e tecnologias que colocam os frutos brasileiros em condições de concorrência com outros países exportadores como Estados Unidos, México e Israel”. Porém, precisa superar os gargalos de manutenção das características fisiológicas dos frutos, do controle e manutenção da umidade, temperatura e luz nos contêineres embarcados com esses frutos, já que no mercado final a coloração avermelhada e homogênea, a flacidez das polpas, a ausência de manchas induzidas por queimaduras e variação de temperatura são indicadores de qualidade.

Papaya – O mercado da UE para esse produto está concentrado na França (2.623 t), Reino Unido (2.362 t), Alemanha (1.539 t), Países-Baixos (1.169 t) e Portugal (639 t) que, juntos, respondem por 91% das importações desse fruto. Como maior fornecedor, o Brasil abastece aquele mercado com 3.742 t, algo em torno de 40,0% das importações, seguido por Israel com 19,3% e Jamaica com 15,0%. O consumo do papaya ainda não entrou no hábito alimentar de outros países que fazem parte do mercado da União Européia a ponto de impulsionar às importações como se vê pela baixa ou quase ausência desta atividade de mercado dos demais países (respondem por apenas 9,0% das importações). A melhoria das condições tecnológicas de pré-colheita e pós-colheita tem colocado o Brasil adiante de principais exportadores, como Israel. Nos últimos anos, as importações européias de papaya originárias do Brasil em relação às provenientes de Israel foram 100% favoráveis ao Brasil. Neste sentido, uma perspectiva de maior competitividade do produto brasileiro passa a ser sustentada pela iniciativa de empresas como a CALIMAN S. A (Linhares – Espírito Santo), grande agroexportadora desse fruto que obteve o “selo qualidade e o

certificado fitossanitário de área livre de pragas pelo FDA – USA, ampliando suas exportações para o mercado americano e conseqüentemente se colocando em condições mais competitivas frente a outros mercados”.

Melão – De um total de 1,5 mil toneladas das importações mundiais, a União Européia representou em 1996 a ordem de 512.861 t somando as importações intra e inter países daquele bloco econômico, tendo como maior fornecedor intracomunidade a Espanha (310.359t - 60%), e como maior fornecedor extracomunidade o Brasil (39.684t – 6,8%), caracterizando desta forma uma concentração do abastecimento de mercado pelo produto espanhol e brasileiro. Embora a relação de mercado abastecido pelo produto espanhol/brasileiro seja fortemente desfavorável a este último, O Brasil nitidamente apresenta o melão ideal para o mercado europeu, concorrendo com duas de suas variedades: o amarelo e o pele de sapo, consumidos inclusive pelo mercado espanhol, considerado o mercado mais ávido a exigir qualidade desse produto. A grande aceitação do melão espanhol é verificada na posição de mercado que ocupa no Reino Unido (147.936 t = 67,0%); França (81.391 t = 72,8%); Alemanha (77.299 t = 57,5%) e nos Países Baixos (86.294 t = 64,7%); possivelmente além da qualidade prevalece o fato de ser o produto proveniente de um país membro da EU gozando dos acordos comuns e da logística. Em relação ao produto brasileiro, este concorre com o melão espanhol, particularmente no mercado dos Países Baixos (12.753 t) e no mercado inglês (21.544 t), onde se concentram os totais de 86,4% das importações de melão originários do Brasil para o mercado da UE. A tendência de uma maior multiplicidade de variedades que favoreça o comércio brasileiro é estratégica, quando o mercado dá sinais de que variedades como Gália, Honey, Dew e Charentais são aquelas de maior aceitação. Somando-se a isto a possibilidade de nossos exportadores ampliarem o mercado de contra-estação.

Uva – Embora esse produto apresente a segunda maior produção mundial entre o grupo de frutos considerados (55.332 mil t), com a Itália, França, Estados Unidos, Espanha, Turquia, China, Irã, Argentina, Chile e Alemanha concentrando em torno de 70,0% dessa produção, FAO (1997/1999), o volume exportado-importado não ultrapassa 4,0% do montante produzido no âmbito mundial. As importações extracomunidade européia (21.623 t), constituídas pelas variedades Ruby, Red Globe, Thompson, Sudless e Itália, têm como maiores fornecedores o Chile (40,0%) e a África do Sul (12,5%). Entre os médios ofertantes estão a Argentina (4,5%) e a Turquia (6,0%). A Holanda, a Alemanha e os Países Baixos são os maiores importadores extracomunidade, cerca de 55,0%. O Brasil, mesmo em grande ascensão como produtor de uvas de mesa a partir de seus pólos de fruticultura produziu em 1998/99 um volume da ordem de 738,2 mil t (1,3% da produção mundial) só conseguindo exportar a quantia de 3.705 t equivalentes a 0,2% das exportações mundiais, quando a União Européia importou no mesmo período o volume de 944.516 t, equivalentes a 45,0% das importações mundiais. No fronte intracomunidade se destacam como maiores fornecedores a Itália (10,0%) e a Espanha (12,5%).

Banana – Para uma produção mundial atingindo a ordem de 58 milhões de toneladas, a distribuição da produção desse fruto se concentra em reduzido grupo de países da Ásia e da América Latina, sendo que 70,0% da oferta mundial tem sua colheita concentrada nos dez maiores produtores. Na Ásia está o maior produtor mundial, a Índia, com cerca de 18 % da oferta global, seguida das Filipinas, China, Indonésia e Tailândia. Na

América Latina, além do Equador (12,5%), o segundo maior produtor do mundo com uma cifra na ordem de 9,5% é o Brasil, seguido da Colômbia, Costa Rica, México, que juntos respondem por 12% da oferta. Com relação à inserção da banana no mercado da UE, esse mercado importou um montante da ordem de 3,9 milhões de toneladas desse fruto no período 1996/1997 com possibilidade de ampliar este volume para 4,5 milhões nos períodos seguintes. O principal ofertante nesse mercado é o Equador (17,6%) seguido da Colômbia (16,6%), Costa Rica (15,5%), Ilhas Canárias (8,2%), Panamá (7,9%) e da Martinica (6,3%). No que se refere às importações, a liderança pertence à Alemanha (8,5%), seguida por Bélgica-Luxemburgo (7,9%), Reino Unido (4,8%), Itália (3,9%) e França (2,5%). O Brasil, mesmo como o segundo maior produtor mundial, não tem inserção significativa nesse mercado, embora tenha exportado no período um volume da ordem de 40 mil toneladas, concentrando-se como ofertante para países da América Latina.

Um dos pontos importantes observados no mercado europeu de banana é a comercialização, que se caracteriza por uma forte presença de empresas multinacionais do setor, concentrando o volume de comércio sob sua orientação e sob sua natureza. Três entre elas dominam o mercado: Dole, Chiquita e Del Monte, representando respectivamente, em 1996/1997, 26%, 25% e 16% do mercado, atuando por meio de um sistema de produção integrado, por assim dizer. Controla toda a cadeia, da produção à distribuição, impondo um alto padrão de qualidade do produto ofertado, principal barreira para novos entrantes, embora produtores da Região das Caraíbas (Jamaica, Belize, Saint-Vicente, República Dominicana), sob um plano de desenvolvimento econômico social, gozem de acordos de salvaguardas a partir do mercado francês. A produção de banana, advinda de países produtores europeus, Portugal (Ilha da Madeira), Espanha (Canárias), França (Guadalupe, Martinica) e Grécia (Creta), é comercializada em sua totalidade no âmbito do mercado comum, sem apresentar qualquer vantagem competitiva de custos/preço e qualidade para os maiores exportadores mundiais⁴.

A expectativa de ampliar a participação neste processo de abastecimento encontra suporte na evolução das importações européias de frutas tropicais nos períodos, 1970, 1980 e 1998 conforme Tabela 11. Na evolução dessas importações verifica-se entre 1970 e 1998 incrementos da ordem de 385 mil toneladas/ano para abacaxi; 2.5 milhões t/ano para banana; 400 mil t/ano para melão; 102 mil t/ano para manga e 450 mil t/ano para uva, concomitantes a evolução da participação deste mercado nas importações mundiais desses produtos nos mesmos períodos.

Em uma análise comparativa entre o que este mercado importou de frutas tropicais nos anos 80 em relação aos anos 90 (abacaxi, banana, manga, melão, papaya, uva), verificado através da Tabela 11, com o que o Brasil exportou nos anos correspondentes, conforme Tabela 12 que, por sua vez, verifica-se incrementos das exportações brasileiras, tendo como exemplo a manga que deslocou de 249 t em 1980 para 23.370 t em 1997; o melão, de 4.231 t em 1980 para 45.729 t em 1997; uva de 135 t em 1980 para 3.705 t em 1997. O mesmo comportamento não foi verificado nas exportações de banana (67.328 t em 1980 para 40.062 t em 1997) e de abacaxi (23.462 t em 1980 para 12.956 t em 1997) torna-se possível à hipótese das exportações brasileiras encontrarem

⁴ Um estudo detalhado sobre a banana no mercado internacional pode ser visto em Solagral (1997).

espaço para ampliação na evolução das importações do mercado da União Européia para estes produtos.

Tabela 11. Importações de frutas tropicais pela União Européia (t/ano), 1970, 1980 e 1998.

Período	Medida	Abacaxi	Banana	Melão	Papaya	Manga	Uva
1970	Ton	39,115	1.990.334	82.676	-	1.261	476.438
	%/Imp. Mundo	24,4	35,6	27,2	-	11,0	55,4
1980	Ton	116.840	2.085.397	104.963	-	8.949	599.144
	%/Imp. Mundp	32,3	31,2	24,5	-	15,2	58,2
1998	Ton	414.775	4.524.106	479.253	12.140	113.477	944.511
	%/Imp. Mundo	47,7	34,3	32,3	11,1	26,6	44,4

Fonte: FAOSTAT

Tabela 12. Relação exportação brasileira/exportação mundial de frutas tropicais, períodos 1970, 1980 e 1997.

Período	Indicador	Abacaxi	Banana	Papaya	Manga	Melão	Uva
1970	Ton	14.361	204.247	-	12	74	-
	%/Exp. Mundo	9,3	3,6	-	0,1	0,1	-
1980	Ton	23.462	67.328	-	249	4.231	135
	%/Exp. Mundo	6,4	1,0	-	0,5	1,1	0,0
1997	Ton	12.956	40.062	7.869	23.370	45.729	3.705
	%/Exp. Mundo	1,4	0,3	6,9	5,5	3,4	0,2

Fonte: FAOSTAT.

Numa relação com o mercado mundial de frutas tropicais, em que as taxas de crescimento da produção, exportações e importações dos principais países, 1981-1990 e 1991-1997 (ver Tabela 13) apresentam de um modo geral, incrementos positivos, o aproveitamento dessa oportunidade está caracterizado nas taxas de crescimentos de um conjunto de países em desenvolvimento que produzem e exportam frutas para os países do hemisfério Norte, em particular para países europeus, deixando transparecer uma ascendência em bloco dos países produtores-exportadores de frutas tropicais e demonstrando, desta forma que a competitividade, no sentido de ocupar espaço no mercado externo, assume um ponto fundamental no âmbito de cada país exportador, deixando vulneráveis aqueles menos competitivos.

No tocante às taxas de crescimento da produção, no período considerado, observa-se a China liderando este processo quase que unânimemente para todos os produtos, principalmente para manga (10,7%), melão (9,0%) e uva (18,3%) em que os pólos da região Nordeste se apresentam como competitivos. Isto deve ser tomado como um fato preocupante, pelos produtores-exportadores do Nordeste, sobretudo porque, por um lado, o mercado asiático é considerado como grande potencial consumidor de frutas tropicais (ver importações de melão, manga e uva realizadas pelo Japão, Cingapura e Hongkong na Tabela 13) e as exigências sanitárias e fitossanitárias têm funcionado como barreiras à

entrada de frutas brasileiras neste mercado, por outro lado, essas exigências podem funcionar como fator de aceleração da qualidade das frutas produzidas internamente naqueles países e condicionar essa qualidade aos padrões de exigências do mercado europeu numa situação mais competitiva que as frutas do Brasil.

Contudo, tal preocupação se acentua quando através do crescimento das taxas de exportação verifica-se uma retração da participação brasileira no mercado mundial, no período de 80/90 para 91/97, de modo que as exportações de manga brasileira/mundial diminuíram de 30.0% para 14% e de melão de 25,8% para 5,2%. Sendo que neste mesmo período observa-se a inserção do papaya (7,6% das exportações mundiais) e da uva brasileira no mercado mundial. Esse aspecto, aliado à pequena cota de participação detida pelo Brasil no mercado mundial de frutas frescas, bem como as oscilações que as exportações brasileiras apresentam ao longo do período, embora crescentes, permite concluir que o setor frutícola brasileiro, em particular o do Nordeste, terá que investir fortemente na construção de vantagem competitiva suficiente para participar com êxito em tais mercados.

O conjunto destas informações como fator de competência na construção de vantagens competitivas em qualidade agroalimentar, indica como estratégia de desenvolvimento do setor, entre outros, fatores relacionados à investigação permanente de novas variedades que se adaptam às exigências dos consumidores; a eliminação de problemas fitossanitários e a implantação de um sistema intermodal para entrega rápida e segura aos clientes.

Nesta perspectiva, o Brasil poderá tirar proveito das relações entre produtores-exportadores-importadores que se intensificam naquele mercado, facilitadas pelo modelo de logística desenvolvido no âmbito dos países-membro e pelas grandes plataformas de distribuição (importações e exportações) como a de Perpignan, Marseille, Avignon - França, Mercamadrid - Espanha, Roterdã – Holanda entre outras, somados às estratégias adotadas por países produtores-exportadores com elevado desempenho, a exemplo da África do Sul, que realiza suas operações através *dos board's* sob uma única marca “CAPE” comercializada sob um modelo estatal de monopólio que a lei daquele país lhe outorga para exportar quase a totalidade das frutas mediante uma aliança de longo prazo com distribuidores europeus.(Solagral, 1997).

No tocante aos dispositivos de comercialização e organização dos produtores naquele mercado, refletidos nas imposições relacionadas à qualidade dos frutos, à redução de problemas fitossanitários, à redefinição com redução da presença de resíduos químicos (moléculas permitidas) nos frutos ganharam mais atenção no processo de reforma da Organização Comum de Mercado de Frutas e Legumes - OCM em 1996, uma vez que os compradores europeus vinculam cada vez mais o ato do prazer de consumo à compra do fruto dentro das seguintes expectativas: aspectos visuais perceptíveis, lugar de vendas – comodidade e conveniência, qualidade extrínseca – aspectos sociais e ambientais vinculados à produção (FruiTrop, abril de 1996)⁵.

⁵ Revista editada pelo CIRAD-França/Montpellier, edição mensal sob a coordenação do Grupo de Estudos sobre a Fruticultura Tropical.

Tabela 13 - Taxas de crescimento da produção, exportações e importações, principais países, 1981-1990 e 1991-1997.

Ramo	Período	Abacaxi	Banana	Manga	Melão	Papaya	Uva
Produção	1981 a 1990	C. Rica-35,3 China -14,3 Brasil-8,3 Filipinas-2,8 Indonésia2,8 Tailândia-1,9 Índia -2,6 Nigéria -2,2	China-22,9 Equador-5,5 Índia-5,2 C. Rica -3,5 Colômbia3,5 Brasil-2,6 Indonésia2,3 México-1,4	China-10,7 México-7,4 Índia -3,7 Paquistão 2,7 Nigéria-2,1 Tailândia15,0 Brasil- 0,3 Indonésia 0,3	China-9,0 EUA -3,8 Egito -3,0 Indonésia 3,0 Espanha-2,4 Brasil-0,	Brasil -11,9 Peru -10,3 China-4,9 Índia -4,0 Indonésia 2,4 México-1,3	China -18,3 França(3,0) Itália (2,9) Argentina (1,6) Espanha(0,4) Brasil-1,5 Chile -0,
	1991 a 1997	Indonésia 10,0 C. Rica -9,3 Filipinas-6,3 Brasil -5,8 China -4,7 Kenia -1,4	Equador-9,0 China-8,0 Índia-5,9 C. Rica-5,6 Índia-1,8 Colômbia1,4 Brasil-0,6 Indonésia0,4	Filipinas-8,9 China-5,3 México-5,2 Paquistão3,4 Índia-2,6 Brasil -2,5 Tailândia-1,8 Indonésia-1,5	China-9,2 Irã -3,0 México-2,7 Indonésia 2,5 EUA- 1,8 Egito-1,5	Peru -13,7 Brasil -9,2 Indonésia5,0 Índia-4,6 México -4,0 China=2,2	China -13,7 Espanha(8,4) Argentina-7,1 Chile -6,4 Irã - 4,1 França -3,2 Brasil -2,8 Italia (2,8)
Exportação	1980 a 1990	Bel.-Lux.-54,0 C.doMarfim 3,8 Filipinas 1,8 Honduras0,8	Equador -6,8 Guatemala5,0 Colômbia3,5 Panamá - 2,3	Brasil -30,1 A.doSul-25,4 México-10,9 Índia- 10,4 Haiti -9,1 Paquistão-8,3 Filipinas7,0	Brasil -25,8 Rep.Domin. 18,0 Espanha-8,8 EUA -6,4	México37,7 RepDom35,2 Malásia-17,5 EUA -14,4	Chile -16,1 México -13,7 EUA -6,7 A.doSul-5,2 Italia -0,6
	1991 a 1997	França-70,6 Bel-Lux 65,4 Honduras-16,5 C. Rica -16,1 Gana -11,7 C.doMarfim 2,8	Bel-Lux -95,0 Guatemala 16,0 C. Rica-8,5 Filipinas -8,5 C. do Marfim 3,0	A.doSul-31,0 Filipinas-14,0 Brasil -14,0 México-10,3 Paquistão7,3 Índia -3,9 Haiti (13,4)	Rep.Dom. 35,0 Costas Rica - 29,0 Espanha -15,0 Honduras 13,4 EUA -5,8 Brasil -5,2	México -48,0 Malásia -14,0 RepDom-10,0 Brasil -7,6 EUA (0,9)	A. do Sul-11,0 México-9,3 EUA -2,4 Chile -1,8 Itália -2,9 Brasil -1,0
Importação	1980 a 1990	Bel-Lux -29,0 Alemanha-14,0 Itália -11,0 França-9,5 EUA- 7,0 Holanda-7,0 Espanha-5,2	Bel-Lux -9,0 Alemanha8,0 Itália -5,0 Inglaterra-4,2 Canadá -2,3 EUA -2,2 França-0,5	Alemanha-27,0 Holanda-22,0 Bel-Lux-17,0 Inglaterra-14,0 França-13,0 EUA -9,0	Japão-26,0 Holanda-19,0 França-19,0 EUA -15,0 Alemanha 9,5 Bel-Lux-8,0 Inglaterra-5,0	HongKong15 EUA -14 Cingapura13 Japão -8,0	EUA -18,0 HongKong-9,0 Holanda-9,0 Bel-Lux-4,0 Inglaterra,5,5 França-2,6 Canadá-2,4
	1991 a 1997	EUA -22,0 França-10,0 Itália-7,0 Holanda-5,0 Canadá-4,0 Alemanha-3,0 Inglaterra-2,2	Bel-Lux-37 Itália-6,0 França-6,0 Inglaterra -5,0 Alemanah-4,0 Canadá -3,0	Holanda-26,0 Bel-Lux-20,0 EUA -13,3 França-13,0 Alemanha-5,0 Inglaterra-4,0	Alemanha-17,0 Holanda-16,0 Japão-14,0 Bel-Lux-10,0 Rússia-8,3 Inglaterra-6,0 EUA -1,0	Cingapura56, 0 EUA -40,0 Holanda-16,0 Canadá -9,0 Inglaterra-6,0 HongKong-3,0 França-2,5	Hongkong-17,0 França-5,5 Canadá-3,1 Holanda-3,0 Inglaterra-1,5 EUA=1,2

Fonte: FAOSTAT.

Nota: Valores em () taxas negativas.

1.4 - O comércio exterior de frutas brasileiras

No conjunto das considerações anteriores, o comércio exterior de frutas brasileiras encontra desempenho positivo no comércio de mercadorias do Brasil com outros países, variou de um total médio de 47,4 bilhões de dólares/ano nos anos 80 para 72,0 bilhões nos anos 90, mostrando um crescimento positivo de 52,2%. Deste total, 10,8 bilhões, no primeiro período, e 14,3 bilhões, no segundo, eram de produtos agrícolas que apresentaram um crescimento positivo de 32,4% na década considerada. Dentro do comércio de produtos agrícolas, vale salientar o desempenho positivo das frutas e hortaliças, com mais de um bilhão de dólares em exportações e uma variação positiva de 3,7% no período considerado (IICA/FAO,1998).

Neste contexto, os mercados brasileiros para frutas frescas e derivados vêm se expandindo rapidamente nos últimos anos, como consequência não somente do aumento da oferta interna mas principalmente das importações que alcançaram elevadas taxas de crescimento nos últimos anos. O total das importações de frutas aumentou de US\$107 milhões de 1990 para cerca de US\$250 milhões na segunda metade da década dos anos 90 com tendência de redução no início da década atual, atingindo o valor da ordem de US\$126 milhões. Em contrapartida, as exportações brasileiras de frutas frescas neste período cresceram de forma contínua mantendo-se acima de US\$100 milhões/ano (Tabela 14).

Como se pode observar (Tabela 14) o comércio brasileiro de frutas ao longo dos anos 90 apresentou oscilações de déficit e superávit, sendo deficitário principalmente de frutas como maçãs, pêras, uvas e ameixas, impulsionado pelo aumento das importações dessas frutas.

Simultaneamente, este setor tem procurado desenvolver e adotar técnicas de alongamento de calendários de produção (variedades precoces e/ou tardias e aquelas que possibilitam mais de uma colheita/ano) alcançando as exportações de “frutas exóticas” de origem tropical que abastecem o mercado internacional como produtos de “contra-estação”, estrategicamente aproveitando as chamadas janelas de mercado, como também, pela capacidade de expansão do tempo e condições de conservação de produtos frescos, contribuindo para disponibilizar esses produtos ao consumidor, mediante uma escala comercial que atende o mercado no decorrer de todo ano.

Contudo, procurando mostrar a potencialidade do mercado interno brasileiro, trabalho recente realizado pelo Ministério da Integração Regional do Brasil, aponta que o desconhecimento do setor produtivo-distribuidor dessas frutas pode ser explicado pela inexistência de programas estratégicos direcionados ao aproveitamento de mix específico, a exemplo do hoteleiro turístico no país, com 660 mil turistas potenciais consumidores dessas frutas a visitarem anualmente o Brasil e que recebem tratamento secundário em relação à qualidade das frutas servidas nos respectivos hotéis, como demonstração clara de uma oportunidade não aproveitada para promover nossas frutas partindo do próprio mercado.

Tabela 14 – Brasil: desempenho do comércio de frutas frescas, 1990-2000 (Em US\$ milhões)

Frutas Frescas	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Exportações	49	81	101	130	123	102	105	109	118	116	131
Laranja	18	21	18	18	27	29	20	23	15	21	15
Melão	8	16	16	31	29	16	25	21	27	30	25
Manga	3	5	7	20	16	22	29	20	33	32	36
Banana	8	18	17	15	11	4	6	8	122	13	12
Maçã	2	6	8	15	8	10	6	5	6	10	11
Abacaxi	3	5	5	10	7	4	4	4	4	4	4
Mamão	2	2	2	3	4	4	5	7	10	14	18
Tangerina	1	2	2	2	2	3	3	5	5	6	5
Outras	3	4	3	5	4	3	5	5	6	5	5
Importações	107	114	70	68	119	248	296	237	226	137	126
Maçã	45	55	29	24	48	88	87	57	56	27	22
Pêra	38	34	25	26	35	77	98	92	73	52	51
Uva	12	10	4	4	8	20	32	26	29	9	9
Ameixa	6	8	6	6	11	21	29	23	27	13	13
Nectarina	2	1	2	1	3	6	10	8	8	3	3
Pêssego	0	1	1	1	2	7	10	7	8	3	3
Outras	4	5	3	3	12	29	31	23	25	27	25

Fonte: Secex/MDIC; <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br>

Outro ponto considerado não explorado em seu potencial de consumo aponta este trabalho, diz respeito ao setor de refeições prontas, que no país somam um total de 2,5 milhões de refeições/dia e que tem como desafio à definição e consolidação das frutas na composição desses pratos.

Diante desta contextualização algumas questões afloram e constituem-se em desafios para o setor. Entre muitas, destaque-se aqui aquelas relacionadas com o objeto desta tese. Assim, teria o Brasil já definido o seu modelo exportador de frutas frescas? O que podemos observar é que o Brasil caracteriza-se como um grande produtor de frutas tropicais, mas continua a participar do mercado internacional destes produtos de forma acanhada, mesmo para o grupo de frutas (manga, melão, abacaxi, mamão e uva) que os pólos agroindustriais do Nordeste elegeram como produtos de maior aptidão agrícola e prioritários na instalação de projetos empresariais incentivados na Região.

Um aspecto que resalta a importância dessa questão, é que, no caso dos países industrializados, o consumo de frutas frescas encontra-se em crescimento e a participação brasileira é residual, mesmo tendo o produto nacional bom índice de aceitação, o que indica que não é difícil ampliar as vendas para esses mercados.

E quanto ao dilema da concentração *versus* diversificação diante ao mercado externo crescente para estes produtos? Embora esse problema, no caso das frutas, seja

menos acentuado do que em outros setores, cerca de 50% das exportações do grupo de frutas tropicais aqui considerado, encontra-se concentrado na capacidade de exportar de três países que variam de produto para produto (ver Tabela 12), estando o Brasil entre os três que concentram 50% das exportações mundiais de manga nos últimos dez anos. Tamaña concentração pode ser observada também nas importações, quando cinco mercados – Estados Unidos, Alemanha, Inglaterra, França e Países Baixos compram cerca de 60% do montante de frutas transacionada no mercado internacional.

Nesta ótica, a pauta de exportação de frutas brasileiras apresenta-se concentrada em uma pequena quantidade de frutas: laranja, melão, manga e banana representando cerca de 70,0% das exportações na década de 1990. O desempenho do comércio por produto mostra que a banana vem perdendo participação nas exportações, desde 1993, enquanto o melão, a manga e a laranja melhoraram o seu desempenho a partir do mesmo período, concentrando mais de dois terços do total das exportações. Há, portanto, um grande mercado a ser explorado e conquistado pelos exportadores das frutas brasileiras. Para que isso ocorra, é preciso que sejam adotadas, estratégias de concorrência em qualidade integradas às mudanças nos padrões de consumo e as possibilidades de flexibilidade nas esferas produtivas e comerciais.

Observar o que ocorre no comércio externo desses países importadores exigentes em qualidade, avidos à imagem do produto e que procuram fazer negócios com fornecedores confiáveis, é uma possibilidade de expansão da participação brasileira no mercado mundial de frutas tropicais. De forma convergente, conhecer as estratégias adotadas pelos países que concentram o maior desempenho exportador desses produtos, apresenta-se como alternativa capaz de fundamentar as estratégias de concorrência deste setor, partindo-se do ponto de que a maior produção de frutas tropicais está concentrada em países do hemisfério Sul, entre estes o Brasil, e que o mercado de maior potencial consumidor encontra-se nos países desenvolvidos, entre estes os europeus.

O cuidado com o mercado interno é outra razão que poderá acentuar ou reduzir esta expansão. A abertura econômica que se processou no Brasil, a partir do Plano Real, facilitou o contato com mercados, produtos e meios de distribuição considerados competitivos em relação as condições internas, favorecendo, portanto, as importações; daí os aumentos extraordinários que experimentaram no período, embora as facilidades para as importações tenham culminado com a redução das proteções tarifárias e das restrições não-tarifárias postas em práticas pelo país.

A característica mais importante a destacar deste mercado de frutas talvez seja o crescimento do consumo per capita e a presença crescente das frutas frescas na composição do consumo alimentar, de um modo geral em todos os países-membro, evidência de que o incremento da produção de frutas tropicais nos países do hemisfério Sul estaria numa relação direta produção-consumo de frutas frescas, mediante um processo dinâmico caracterizado pela oferta de novas espécies frutícolas e novos países exportadores em convergência com as mudanças nos padrões de consumo nos países-membros, que encontram nas frutas e legumes características relacionadas a tais mudanças.

CAPÍTULO II, CONTEXTUALIZAÇÃO DA QUALIDADE AGROALIMENTAR SOB A ÓTICA DA FRUTICULTURA TROPICAL

A perspectiva de concorrência em qualidade, em particular no mercado internacional, tem gerado uma nova contextualização da fruticultura irrigada do Nordeste brasileiro, advinda de um processo de reconversão caracterizado na exportação de frutas frescas para consumo direto, cuja capacidade competitiva é expressa no desempenho das exportações (discutidas no primeiro capítulo deste trabalho), e na dinâmica em incorporar nessa contextualização as estratégias empresariais, entre elas competir em qualidade. Aponta-se para uma atividade econômica em que produtores, distribuidores e consumidores estarão juntos na identificação de novos padrões, de novos processos e no fortalecimento das normas em modelos de negociação totalmente novos.

Neste capítulo, discutiremos essa nova contextualização partindo da idéia de que os padrões de concorrência se definem nos mercados, isto é, como as características de um mercado e as condutas das empresas que nele atuam interagem na identificação e no estabelecimento ou transformação das formas de concorrência dominantes. Essas formas de concorrência englobam fatores preço e não preço - estes últimos entendidos aqui como padrão de concorrência em qualidade, um vetor particular dessas formas, resultante da interação de condicionantes micros e macroeconômicos.

Como suporte aos capítulos que se seguem, neste capítulo, para contextualizar a qualidade das frutas frescas como fator de competitividade, tomam-se por base os objetivos que fixam uma estratégia de produção e comercialização e eventualmente de desenvolvimento tecnológico de uma empresa agroexportadora, na visão de condicionantes micros, assim como a internacionalização das mudanças no padrão alimentar, as relações entre os diferentes atores e as mudanças institucionais como condicionantes macros.

Contudo, partiremos do pressuposto de que este setor tem se esforçado para compreender a qualidade com certa ambigüidade, como sendo condicionada por fatores exógenos a firma – padrões de conduta decorrentes da estrutura de mercado, por exemplo. Desde modo, o funcionamento do mercado é capaz de definir a “qualidade pelo grau de exigência do consumidor”, quando sente que o produto e/ou serviço atende as necessidades e satisfaz as expectativas ou, condicionada pela disposição das firmas competirem nos mercados fortalecidas pelo regime de incentivos e regulação a que estão sujeitas. Os incentivos visam aumentar a capacidade de resposta das firmas diante da concorrência – ofertar produtos de melhor qualidade – e a regulação busca condicionar as suas condutas em direção a gestão e controle da qualidade.

2.1 – Mudanças no padrão alimentar

Ao longo das últimas décadas, as discussões sobre as mudanças no padrão alimentar (produtos saudáveis e seguros em relação à saúde do consumidor, por exemplo) apontam para uma adaptação da oferta às necessidades da demanda. Esta adaptação transforma as relações entre os elos da cadeia, delineadas sob a ótica das inovações e da evolução de mercado, em que a diferenciação de produtos como estratégia para concorrer em qualidade tem sua retroalimentação “demanda-oferta-demanda” como reflexos dinâmicos e flexíveis.

A contextualização dessas mudanças fortalece as interpretações sobre a questão dos requisitos de qualidade, frente ao atual processo de reestruturação produtiva por que passa o sistema agroindustrial no mundo e particularmente no Brasil, com destaque para a fruticultura irrigada voltada para o consumo direto no mercado externo.

No centro das interpretações, torna-se crescente o reconhecimento de que diferentes formas de reestruturação produtiva podem resultar na segmentação e diferenciação de produtos com impactos significativos sobre a capacidade competitiva. Com base neste pressuposto, como as empresas agroexportadoras de frutas frescas no Nordeste brasileiro reagem às mudanças dos padrões alimentares na perspectiva de organizar um sistema de concorrência em qualidade⁶?

Inicialmente podemos dizer que, em relação às mudanças, a fruticultura irrigada na região reage buscando se adequar às tendências do atual processo de reestruturação produtiva do agroalimentar. Essas tendências, de acordo com FARINA (1998:12), são tratadas sobre três eixos fundamentais:

- i) a concepção de cadeia e complexo produtivo - tendo em vista o entendimento de que uma das características principais do atual processo de reestruturação produtiva consiste no fato de que as empresas não mais atuam isoladamente, mas por intermédio de redes de relações, as quais podem assumir características diferentes com implicações distintas na obtenção da qualidade;
- ii) a noção de fragmentação e segmentação – associada, às vezes não explicitamente, à discussão da diversidade cultural e da definição do status, à reflexão sobre o plano local, sobre os estilos de vida e sobre os padrões de consumo que caracterizam as tendências do poder de exigências do consumidor e de seus interesses específicos além de mero reflexo da produção. Essa noção, diante de uma cultura de consumo por qualidade, evidencia os esforços de vendas rumo à percepção desses atributos (marketing) e nas relações entre os agentes;

⁶ Multon (1994) em seu manual sobre a qualidade de produtos agroalimentares utiliza a abordagem de sistema de qualidade para tratar dos instrumentos técnicos e dos meios analíticos de controle da qualidade.

iii) as mudanças de cenários associados aos fatores exógenos e endógenos – o primeiro fator foi a abertura de mercados para os quais a globalização trouxe mais opções para os consumidores, já que o número de concorrentes numa determinada categoria era muito limitado. O segundo foi o fato de a qualidade dos produtos concorrentes começar a ser equivalente, o que significa que as inovações foram apropriadas por todos os concorrentes e a competitividade passou a ser centrada nos diferenciais de qualidade que se ofereçam, caracterizados pela garantia e certificação que atestam qualidade, pelas estratégias de segmentação e diferenciação, pelo relacionamento das empresas com o seu público e a imagem da marca.

No entanto, estaria se conformando um padrão de concorrência em qualidade, na atualidade, em que a identificação de variáveis-chaves para que a empresa agroexportadora possa competir em determinado mercado tais como marca própria, adequação aos hábitos de consumo, segurança e garantia de consumo, reputação de confiança, inovação contínua em produto agrícola ou em processo ou tratamentos pós-colheita seria estabelecida a partir de um ajuste contínuo de forma circular em correspondência às fases típicas do ciclo de vida de um produto.

Cria-se a expectativa de que os princípios da produção em massa e da standardização, que caracterizaram o paradigma taylorista/fordista, vêm sendo continuamente substituídos pela lógica da flexibilidade dos sistemas e/ou processos de produção, que se inicia logo na fase de projeto e continua durante todo o ciclo de vida do produto. Esta lógica apóia a produção e o controle, induz os procedimentos de forma clara e sistemática de todas as atividades que têm impactos sobre a qualidade, desde a seleção das espécies culturais, passando pela pós-colheita, à comercialização⁷.

Assim, contextualizar essa fruticultura de forma a convergir com a evolução contemporânea do sistema agroalimentar nas exigências do consumo aponta para os desafios em dimensionar a qualidade do produto, como um universo complexo no qual cada ator individual (fornecedor, processador, importador, distribuidor ou consumidor) faz seu jogo (sua estratégia), induzido pela dinâmica evolutiva dos mercados e pela flexibilidade da oferta de qualidade ao longo do processo (Sylvander & Lassat, 1997; Perez, 1996).

Neste contexto, a flexibilidade da oferta encontra nas inovações tecnológicas, em particular no melhoramento genético e nas biotecnologias a alternativa potencial dessa evolução, em que a visualização de novos usos (de produtos e insumos) permitiria um processamento e uma utilização mais eficientes dos alimentos (qualidade do processo), bem como poderia levar à geração de novos produtos ou produtos diferenciados em relação àqueles produzidos no momento⁸.

⁷ Green (1990) e Rastoin(1992) tratam com propriedade sobre os aspectos e tendências da flexibilidade da produção agroalimentar.

⁸ Discussões sobre o novo paradigma do sistema agroalimentar e das inovações tecnológicas podem ser encontradas em Wilkinson (1990; 1991^a; 1991b; 1996c); Green (1990); Rastoin (1992); Fanfani et ali. (1990); Goodman; Sorj & Wilkinson (1990), Graziano da Silva (1993) entre outros.

A obtenção de novos produtos ou produtos diferenciados a partir do uso da biotecnologia, como estratégia de concorrência, despertou interesse também da fruticultura irrigada, uma vez que, a jusante, a seleção de novas variedades reflete na obtenção de novos sabores, teor de brix e flexibilidade do calendário agrícola; e, a montante: aditivos, conservantes e corantes passaram a ocupar o cerne da reestruturação do processo produtivo e dos tratamentos de pós-colheita.

Não obstante tal processo, o desenvolvimento agroindustrial, evocando a dinâmica dessas estratégias, ampliou a base técnica no sistema produtivo, que multiplicou as potencialidades dos produtos das agroindústrias tradicionais, ao adicionar inovações biotecnológicas que influenciam nas características dos produtos⁹.

Porém, o movimento e a agilidade para se adaptar às condições e exigências do consumo relativas à qualidade das frutas tendem a esbarrar na resposta do consumidor e no contexto regulador, que podem se transformar em fator inibidor ao exigirem das empresas novos empuxos tecnológicos e táticos de marketing, principalmente quando os consumidores são sensíveis à qualidade organoléptica e críticos à determinação e à intensificação de atributos artificiais dados aos alimentos pelas técnicas industriais¹⁰.

As discussões sobre essas questões apontam terem sido as mesmas colocadas em posição secundária por um longo período, particularmente nas economias dos países em desenvolvimento, ao contrário do comportamento das economias dos países industrializados, onde as questões com respeito ao consumo de alimentos portadores de atributos de qualidade sempre mereceram tratamento prioritário, sobretudo no tocante à saúde, tomando rumos específicos percebidos pelos consumidores que, a partir dos anos 90, possivelmente induzidos pelas discussões e convenções sobre questões ambientais, passaram a relacionar qualidade do produto ou do processo também aos aspectos ecológicos, liderados pelos os Estados Unidos e pela União Européia, (Bencharif et alii, 1994).

Tomando-se o Brasil como exemplo, somente por volta dos anos 70, os programas de promoção à exportação de produtos agropecuários inseriram os incentivos ao setor de manufaturados como resposta aos avanços tecnológicos da indústria de alimentos e

⁹ Sobre esse ponto Rastoin (2000) In: Miclet; Sireix & Thoyer (Orgs.) discute o sistema agroalimentar sob às performances e estratégias das empresas no contexto internacional; Por outro lado Lassat (1997) discute essa dinâmica sob duas abordagens: i) a da tecnologia de normalização - modificando as características existentes do produto com mudanças possíveis da sua definição comercial (exemplo: leite pasteurizado), porém mantendo as mesmas características do produto original. Esta tecnologia tem por objetivos principais a standardização da produção por obter atributos para a grande distribuição; ii) a da tecnologia de desenvolvimento de produto - tem por alvo a criação de um novo produto com característica radicalmente nova, com uma finalidade de diversificação e de crescimento sobre seus mercados. Os efeitos induzem à modificação de uma característica ou de diversas em busca de novos atributos de qualidade, embora ponham em risco outros. Sua aplicação, porém, é cercada de incertezas, no sentido de indagar se as qualificações obtidas, via transformação nas características do produto, são aceitas pelo mercado consumidor com satisfação dos consumidores.

¹⁰ Para melhor compreender a seleção dos produtos alimentares pelo consumidor no âmbito da agricultura e indústria agroalimentar ver Sireix (1999).

mercados concentrados em *commodities*, cujo processo de produção se dava em fluxos contínuos e em escala de produção. Dada a abertura da economia, a partir da metade dos anos 80, pode-se observar já no início dos anos 90, com mais ênfase, o desenvolvimento dos sistemas agroindustriais em explorar de forma acelerada as relações entre os atores e as possibilidades de segmentação e diferenciação do produto como fator de competitividade¹¹.

Simultaneamente, nesse período, a industrialização de produtos agropecuários¹² se desenvolve de forma rápida com penetração diversificada nas diferentes cadeias produtivas e com o modelo alimentício passando a ser um modelo em consumo de proteínas, em termos de uma progressão tecnológica de transformação, de estabilização e de apresentação dos produtos. Exigindo, dessa forma, uma reconfiguração do complexo coexistente, no tocante às estruturas das empresas, aos módulos de produção e ao esforço de distribuição e logística.

Deste ponto de vista, as ações incentivadas pelas pressões do mercado e pelo potencial de melhorar a qualidade dos produtos agroalimentares, em particular a dos produtos que se destinam ao mercado em condições *in natura* ou “frescos”, a exemplo das frutas frescas tropicais com destino ao mercado estrangeiro, estão cada vez mais convertidas em assunto estratégico para as empresas em duas lógicas: a do mercado e a do processo de inovação, que ora se afrontam, ora se combinam a ponto dos operadores da cadeia ajustarem suas decisões de vendas e de compra aos sinais de mercado. Segundo um “empresário bem-sucedido” no Pólo Petrolina/PE – Juazeiro/BA este ajuste ocorre...

*(...) quando existe uma grande oferta no Vale e esta oferta se caracteriza por frutos de qualidade superior, as exigências normativas referentes aos indicadores e atributos de qualidade são consideradas seletivas e restritivas, por parte do importador, mas quando ocorre uma situação contrária e essa situação ainda coincide com a escassez de frutas concorrentes no mercado, essas exigências são brandas, mantendo-se fortemente o controle do tratamento de pós-colheita através do packing house e do monitoramento do uso de agrotóxicos ou presença de resíduos químicos como exigências fitossanitárias (...)*¹³

Essas duas lógicas refletem mais freqüentemente uma situação conjuntural do que uma tendência em longo prazo, em que a regulação por si só não é suficiente para orientar os operadores em situação de crise, exigindo-se um ajuste organizado dos atores com vista à caracterização das exigências do mercado, da flexibilidade produtiva e da fixação de normas.

¹¹ Para uma melhor compreensão ver Pinazza & Araújo (1993) e Rastoin (1997).

¹² Ver o trabalho de Muller (1994), cujo enfoque faz referência ao caso brasileiro.

¹³ Este sentimento parece dominar o campo de atuação de cada empresário, pois os dados informativos de safra, cujo controle cabe a VALEXPOR, são tratados em sintonia com o mercado.

2.2- Qualidade sob o ponto de vista do mercado

Para entender qualidade deste ponto de vista, essencialmente de produtos agroalimentares, com extensão às frutas tropicais, a consideração de base, numa primeira abordagem, é a “relação serviços - agregação de valor” numa situação *ex-ante* e *ex-post* às vendas e, numa segunda abordagem, o “poder de mercado”, exercido por cada segmento de atores no fluxo produção-distribuição-consumo.

Com resultado da consideração á estas duas abordagens, passa-se de uma denominação do produto pelo processo de produção a uma situação inversa, do domínio do processo de produção pelo produto. A questão organizacional do problema, nesse sentido, torna-se mais e mais um elemento aliado ao consumo final, possibilitando o dimensionamento da qualidade numa escala de flexibilidade do processo de produção.

No dimensionamento da qualidade, disponibilizar um fluxo de serviços que agregam valor, refletido em produtos mais seguros, mais resistentes quanto ao manuseio e à conservação e mais confiáveis em relação à saúde do consumidor, vem despertando a atuação de novos operadores, que passam a ocupar espaços mais significativos e desempenhar um maior poder de mercado ao longo das cadeias produtivas.

No caso particular das frutas e legumes, as grandes redes de distribuição e os distribuidores especializados surgem como novos operadores, exercendo esse poder através de uma modalidade de coordenação que possibilita identificar, definir, construir e acompanhar os indicadores e/ou atributos de qualidade do produto ao longo de toda cadeia (Codron,1994)¹⁴.

Para SYRIEX (1999)¹⁵, as respostas a essas ações se exprimem nas estratégias de diferenciação e de segmentação de mercado, atreladas cada vez mais ao estilo de vida e à preferência do consumidor como parâmetros definidores das dimensões de qualidade.

A partir destas considerações, dimensionar qualidade das frutas como estratégia de diferenciação ao longo da cadeia, sob o ponto de vista do mercado, impulsiona os produtores a estabelecer o “ponto de colheita”, por exemplo, para definir ações e/ou identificar recursos que resultem na diferenciação estabelecida de forma *ex-ante* e *ex-post* ao mesmo. De forma *ex-ante*, exige do produtor uma busca contínua com o objetivo de desenvolver sistemas de produção e utilização de recursos via (re) definição de características do produto que satisfaçam o consumidor, atrelado à capacidade de inovação e/ou adaptação de tempo, de linhas e combinações das especificações, no quadro imposto pela concepção e organização do processo de produção. De forma *ex-post*, acrescenta-se à diferenciação pelo tratamento pós-colheita e serviços de acompanhamento dos frutos ao longo da comercialização, destinados a assegurar a permanência de consumo (informações sobre todo o fluxo de produção e consumo do produto, serviços de pós-colheita, manuseio,

¹⁴ Codron trata esse assunto fazendo uma análise da coordenação de novos operadores na fruticultura mundial, com ênfase na abordagem dos custos de transação.

¹⁵ A autora defende a hipótese de que o dimensionamento de indicadores e atributos de qualidade pode ser influenciado pelo grau de exigência do consumidor relação direta dos hábitos de consumo.

preparação) e ajudar a eliminar perdas pós-vendas (capacitação e formação de consumidores relativas às formas de como consumir aquele fruto), cujo resultado deverá ser o grau de fidelidade do consumidor como dimensão da qualidade do produto.

Nesse jogo, se for verdade que a demanda deve intervir na definição do produto¹⁶, isto significa dizer que esses dois momentos são essencialmente diferentes. Primeiro, se o produto é conhecido como uma combinação de especificações (Lancaster), pode-se imaginar que o consumidor deseja ele mesmo ser capaz de preparar/elaborar sua própria combinação com base em um conjunto de especificações ofertadas. Contudo, se estas devem ser predefinidas nas estratégias do ofertante ou mediante uma apreciação das necessidades do consumidor representa o principal desafio das empresas (De Bandt, 1995).

Segundo, se a cada momento os consumidores intervêm na seleção dos indicadores e dos atributos de qualidade, conclui-se que a alternativa mais segura é aquela em que o produto passa a ser feito sob encomenda. O consumidor define o produto que deseja com base nas combinações dos elementos ou das possibilidades predeterminadas, capazes de suportar um certo número de adaptações secundárias, favorecidas por determinado perfil tecnológico e por condições locais de produção.

Entende-se, assim, que o consumidor exprime uma demanda por meio de sua preferência em selecionar entre as combinações possíveis, considerando a relação qualidade/preço. Mas o ofertante, frente à concorrência, ensaia atender essa demanda, selecionar as estratégias objetivando as adaptações possíveis da produção e/ou da comercialização, considerando a relação qualidade/preço, sem abandonar as possibilidades de rentabilidade.

Podemos dizer, dessa forma, que as exigências qualitativas da demanda são em larga escala refletidas no comportamento, no estilo de vida e no poder de compra dos consumidores. Em contrapartida, são esses agentes que criam as condições para validar a *posteriori* as dimensões de qualidade que produtos ofertados são portadores, sob o ponto de vista do mercado.

Diante dessas combinações, a introdução de inovações organizacionais e logísticas associada à coordenação das ações dos atores, bem como, pela interlocução e proximidade com o consumidor, tem provocado grandes mudanças na abordagem dos indicadores e dos atributos da qualidade, particularmente de produtos agroalimentares, num enfoque de flexibilidade produtiva.

¹⁶ Essa concepção, frente à demanda internacional de alimentos, insere a dimensão da qualidade agroalimentar na perspectiva de redução de riscos e incertezas face às externalidades de mercado (degradação dos recursos naturais, utilização de substâncias tóxicas etc), dos riscos à saúde pública e privada (nesta última a saúde do consumidor – segurança alimentar). Estas externalidades podem ser devidas às situações ou aspectos não ligados diretamente à conformidade do produto, mas expressas pelo consumidor sob o mercado, que pode remeter o(s) setor (es) produtivo(s) de forma individual, coletiva ou com a participação do Estado na revisão das normas, bem como as estratégias de produção e comercialização em relação à concorrência.

2.3 – Qualidade e flexibilidade produtiva

As discussões que apontam a flexibilidade produtiva, em particular de produtos alimentícios como estratégia de concorrência, encontram na evolução e diversidade da demanda a possibilidade de intervenção na definição e atualização do produto frente aos requisitos e oportunidades de mercado. As necessidades alimentícias de um grupo de consumidores num âmbito geográfico determinado (região, estado, etc.), ou como resultante de uma interação de agentes interdependentes (empresas, instituições, organizações públicas, consumidores) concorrem para a flexibilidade da oferta, em que lotes de produtos ou processos específicos objetivam responder as mudanças do consumo. (Carmo, 1998; De Bandt, 1995).

Neste pressuposto, desde o agrícola ao processamento agroindustrial ou do agrícola ao consumo final, setor como a fruticultura irrigada do Nordeste esforça-se em “produzir e comercializar frutas frescas de qualidade ao longo de todo ano”, por meio da introdução de novas variedades ou implementação de novos processos e manejos em adição ao produto sazonal portador de indicadores e atributos de qualidade em resposta ao mercado, vista, até certo ponto, como estratégia de concorrência.

Esta flexibilidade no caso da fruticultura, inclui possibilidades de sistematizar o processo de controle dos frutos, inclusive com intervenções pontuais quando for o caso, reduzir o tempo de permuta e/ou substituição de variedades mais competitivas, aumentar os rendimentos operacionais e a capacidade da empresa/produtor de lidar com novos produtos, particularmente, através da disseminação de sistemas de monitoramentos agrícolas numa situação de pré-colheita e de manuseio e preparação pós-colheita.

O segmento de produção agrícola, para responder às exigências em qualidade das empresas processadoras ou dos distribuidores de frutas frescas (flexibilidade de manuseio, de processamento, de conservação, de distribuição etc.), com ênfase na concorrência pelo critério da expansão e da ocupação de novos mercados, passa a exigir novos estabelecimentos de relações: setor produtivo - indústria e/ou produtivo - distribuição, com base num conjunto de serviços de apoio à produção e de relações de cooperação.

Essas exigências provenientes do mercado, bem como as restrições decorrentes de suas relações com os produtores de matérias-primas, lembram aos agroexportadores que eles também precisam se comportar como qualquer outra indústria, no tocante às questões de fluxos logísticos (físico e de informações) e às transações comerciais e financeiras (flutuações de preços, ações da bolsa, créditos bancários), frente à concorrência e às tendências no sistema agroalimentar e na agroindústria.

Assim, nas relações entre agroexportadoras-importadores/distribuidores de frutas frescas, numa concepção de fluxo de vendas, isto é, da troca entre produtos ou serviços de um lado e valores monetários do outro, fatores institucionais e organizacionais refletem na emergência da qualidade, apoiados na perspectiva de uma convenção e na dinâmica da normalização (Fanfani et alii. 1995).

Isto aponta cada vez mais para uma dinâmica de mercado caracterizada pela satisfação dos consumidores e pela necessidade de fluxos contínuos de informações aos produtores, de forma que estes quando conhecedores das tendências de mercados atuem de forma mais eficaz para executar a flexibilidade produtiva necessária ao atendimento das exigências, da capacidade de adaptação à demanda na dependência dos avanços da normalização e regulação da qualidade.

2.4– Qualidade e normalização

No quadro geral dos debates, os requisitos do consumidor em relação à qualidade de produtos e/ou serviços são freqüentemente incorporados via normalização. Nesse processo, surge a possibilidade de auto-regulação do setor como normalização estratégica, caracterizada na passagem de uma condição em que a prova factual da qualidade de produtos e/ou serviços são informações difundidas sobre a qualidade dos produtos como especificações técnicas ou típicas, subjacentes à regulação oficial, que por si mesma vem garantir o atendimento consistente dos requisitos do consumidor, para uma em que a reputação e a confiança resultantes da normalização estratégica se definem nas relações entre os atores como aporte de concorrência.

Conseqüentemente, a evolução do mercado tem pouco a pouco instalada a normalização como estratégia de concorrência e de estabilidade das empresas, mediante um processo de (re) estruturação de normas de sistema de qualidade e diretrizes que complementam os requisitos pertinentes de produtos, constantes das especificações. Esse processo, embora não objetivando a uniformidade dos sistemas de qualidade, possibilita fazer da qualidade uma variável discriminante na concorrência entre as empresas, caracterizando-se numa normalização quase imposição à base de controle e negociação (François,1996).

As normas da família ISO 9000 e ISO 14000¹⁷ descrevem os elementos que convêm compor os sistemas da qualidade, mas não como determinada organização os implementará. Seus códigos de referências para os consumidores atestam qualidade no âmbito internacional e de mútuo reconhecimento entre os mercados por meio de atuações de comitês de cada país, principalmente nos mercados dos países industrializados, onde os consumidores vêem e exigem os dois selos.

O fortalecimento dessas tendências fica demonstrado quando o contexto da análise se faz no âmbito do comércio internacional, com base nas rodadas de negociação que o General Agreement on Tariffs and Trade -GATT e o seu sucessor a World Trade Organization – WTO têm na inserção da agricultura, fato relevante na Rodada Uruguai. Tais organismos prevêem nos seus acordos o uso de instrumentos de regulação para a defesa da saúde dos consumidores e para proteção ambiental que, impondo condições a

¹⁷ Entender-se-á por base de controle e negociação a conjunção dos mecanismos e dos princípios de ajustamento associados a um conjunto composto da defesa do consumidor, intervenção do Estado e hierarquização da economia internacional de acordo com Aglieta et ali. (1980: 488) apud. Tubina (1985:107). De outra forma, com vista a uma discussão detalhada sobre ISO 9000 e ISO 14000, ver Manual do CODEX/FAO (1998) e o Manual de Regras e Normas do Instituto de Metrologia e Qualidade Industrial – INMETRO.

serem satisfeitas, discriminam produção nacional e importações, sem que as tais diferenças correspondam realmente às necessidades de proteção zoofitosanitárias (Bonilha, 1994).

Tais instrumentos tendem a se tornar cada vez mais rígidos e, como consequência, reduzem ou tornam impossível a importação de bens portadores de obstáculos de natureza sanitária e fitossanitárias, como a imposição de "standards de qualidade" não justificáveis¹⁸, com base nas exigências de defender a saúde dos consumidores "da flora e da fauna" do país importador e que não possam ser satisfeitas pela produção de exportadores, sendo, porém satisfeitas pela produção interna.

Para solucionar essas diferenças, a definição dos produtos que constituem a base do acordo entre comprador e vendedor, ou seja, importador-exportador no comércio internacional, tem se espelhado na padronização dos produtos pelo CODEX Alimentarius que embora originário da Organização Mundial da Saúde – OMS, é especificamente citado no código internacional de normalização do GATT/OMC como um organismo de definição e de padronização técnicas, a ponto de os conhecimentos científicos e técnicos de *experts* do CODEX serem fundamentais para obtenção correta de alimentos em relação à saúde humana e ao comércio internacional.

Porém, na conjuntura atual, o uso desses instrumentos surge como uma estratégia duplamente interpretada: de competitividade ou de proteção, levando-se em consideração as restrições impostas ao volume das importações, como uma prática forte pela nova realidade econômica mundial advinda das economias desenvolvidas. O principal pressuposto é o grau de eficiência das medidas não tarifárias em relação às tarifárias, ao atingirem a finalidade de limitar o volume de importações e isolar o mercado interno dos efeitos das flutuações existentes nos mercados internacionais (Anania, 1995).

Dentro deste escopo, as condições estabelecidas pelo processo de globalização econômica e os limites impostos às economias em desenvolvimento, no que diz respeito ao comércio internacional de produtos agropecuários pós Rodada Uruguai do GATT e aos dispositivos da Organização Mundial do Comércio-OMC¹⁹, condicionaram as transformações da produção agroalimentar marcadas por um processo de "diferenciação e segmentação de produtos e mercados", com vista às novas regras de produção e às políticas domésticas (em especial as políticas setoriais) de reestruturação das exportações desses produtos.

Segundo este raciocínio, a possibilidade dada aos diferentes segmentos ao longo da cadeia de criar mecanismos de regulação privada no rastro do processo de desregulação promovido pelo Estado, porque passara o sistema agroalimentar, nos anos 80, induziu a promoção da organização da produção, apontando para um processo de normalização sob a responsabilidade direta de instituições do próprio setor, cujo objetivo da qualidade se faz mediante a interação dos agentes.

¹⁸ Certo número de analistas sublinha que a extensão das normas técnicas e econômicas do modelo adotado em determinados países desenvolvidos, para as economias em desenvolvimento, traz consequências duras a ponto de determinados produtos não fazer parte da pauta de importação/exportação, como no exemplo da manga brasileira frente às exigências do mercado japonês.

¹⁹ Ver Tubiana (1989).

A qualidade agroalimentar deixa, assim, de ser limitada ao controle estatal do produto para ser submetida à concorrência em cada mercado específico, exigindo dos mecanismos de auto-regulação um maior raio de cobertura, frente às relações e ajustes dos elos da cadeia (inter-relacionamento dos processos de produção, comercialização e consumo), imprimindo um fluxo de informação relacionado ao produto para sinalizar qualidade GRAAL (1999)²⁰.

2.5 - Requisitos e percepção da qualidade nos elos da cadeia de frutas

Antes de conhecer a dinâmica concorrencial ou competitiva das empresas agroexportadoras de frutas localizadas nos pólos irrigados do Nordeste, examinaremos um conjunto de ameaças e oportunidades considerado definitivos na interrogação sobre os determinantes estruturais da competição e sobre o posicionamento estratégico no mercado.

Neste contexto, partimos da compreensão da lógica de raciocínio dos agentes econômicos ao longo das cadeias, aqui representados pelas empresas/produtores organizados para exportar, sobre a obtenção de vantagens de concorrência em qualidade, como um processo sujeito aos fenômenos do próprio ambiente e da estrutura econômica à qual o setor é submetido. Desta forma, as estratégias estão sob dupla influência de fatores de competitividade, fatores externos às empresas (externalidades de mercado) e fatores internos (recursos naturais disponíveis, organização da produção).

Sob a influência de fatores externos, a fruticultura regional está mais e mais submetida à concorrência internacional caracterizada na experiência de internalização das externalidades, provenientes de valorização dos componentes imateriais agregados ao valor comercial do fruto²¹, assim como ao posicionamento do mesmo no sortimento e na imagem que veicula no ajustamento as tendências de mercados.

Esta valorização dos componentes imateriais ao longo das cadeias de frutas é percebida no posicionamento dos atores (produtores e empresas agroexportadoras) em identificar, classificar e avaliar o grau de importância desses componentes revestidos em ameaças ou oportunidades à comercialização, particularmente no mercado internacional.

²⁰ Grupo de pesquisadores vinculados ao INRA com atuação em Avignon – França que pesquisam os sistemas de legitimidade da qualidade agroalimentar pelo poder público em articulação com a gestão empresarial e com o mercado.

²¹ Subjacente a este enfoque, os determinantes da qualidade, particularmente “qualidade agroalimentar”, aparecem de duas formas distintas avaliados pelos consumidores quando esses chegam ao mercado: indicadores facilmente percebidos externamente (cor, tamanho, formato etc.) na seleção do produto pelo consumidor ou na busca de uma marca comercial pelo produtor e/ou distribuidor, que definem as “qualidades intrínsecas”; atributos que não são facilmente percebidos externamente pelos consumidores (ausência de resíduos químicos, ausência de aditivos, confiança no produto, segurança no manuseio, etc.) e que necessitam de instrumentos de defesa da qualidade pela via regulamentada, como selos, certificados, marcas de origem e rotulagem, para serem identificados, sob a definição de “qualidades extrínsecas”.

Este posicionamento, caracterizado através de entrevistas e reuniões técnicas com diferentes produtores e gerentes de empresas agroexportadoras de frutas frescas na região, faz destaque para o grau de importância dos obstáculos à comercialização dos produtos no mercado exterior, como forma de percepção da qualidade nos elos da cadeia. Sobre este enfoque, as empresas/produtores que responderam à entrevista foram unânimes em dizer que se esforçam com o objetivo de identificar e superar as ameaças e fazer uso das oportunidades para obter vantagem competitiva em qualidade, numa definição do grau de importância da qualidade do produto exportado (85% indicaram como importante) as restrições impostas pelo importador quanto aos atributos fitossanitários (75% indicaram como muito importante); e a falta de conformidade do produto para o mercado consumidor (75% indicaram muito importante), Tabela 15.

Nessas condições, os resultados apontam para o fato de que a fruticultura regional enfrenta ameaças e oportunidades, entre as quais barreiras técnicas e fitossanitárias sob o controle do importador, como as mais preocupantes na agenda dos problemas enfrentados pelo exportador de frutas frescas brasileiras ao lado da falta de conformidade das frutas com relação ao consumo.

Tem merecido atenção correlata por parte dos produtores a inter-relação entre custos e qualidade das frutas, quanto ao grau de importância para a comercialização, observada na indicação por 68% dos entrevistados do grau de importância dos custos e 80%, em média, apontando os fatores relacionados à dimensão da qualidade como obstáculos à comercialização.

É necessário ter em conta, entretanto, que a ordenação acima se refere a uma visão dos produtores exportadores de frutas frescas (manga, melão, uva, abacaxi, banana e mamão) nos pólos irrigados da região como totalidade. Ademais, os obstáculos quanto às barreiras tarifárias associadas ao “Custo Brasil” não deixaram de ser entendidos como importantes para os informantes; pelo contrário, aparecem também em primeira ordem de importância, por exemplo, refletidos nas taxas portuárias e transporte.

A política protecionista imposta pelo país importador é apontada como um obstáculo real e de fato, com um grau de importância elevado para 68% dos atores entrevistados. Se analisarmos o grau de importância dado à qualidade (80%) em relação aos tributos internos e as taxas tarifárias pelo país importador (35% e 45%) respectivamente, conclui-se que o protecionismo reforça a imposição de barreiras técnicas e fitossanitárias, definindo como sutileza os obstáculos à exportação.

A identificação do grau de importância acerca dos obstáculos às exportações, mesmo tendo como referência às experiências das empresas/produtores agroexportadoras, revela que as normas técnicas e fitossanitárias não só influenciam sua competitividade externa, como restringem a entrada dessas empresas/produtores naqueles mercados, fato explicado pela formação estratégica do grupo seletivo apto a exportar manga para os Estados Unidos.

Tabela 15. Grau de importância dos obstáculos à comercialização dos produtos no mercado exterior (%).

FATORES	1+2	3	1
Custo de transporte e/ou portuário	68	16	16
Qualidade do produto exportado	85	7,5	7,5
Restrições impostas pelo importador quanto aos atributos fitossanitários	75	15	0,0
Taxa de câmbio	50	35	15
Tributos internos incidentes sobre o produto exportado	35	50	15
Política protecionista do mercado importador	68	16	16
Preço do produto exportado	50	50	0,0
Taxas Tarifárias Impostas pelo País Importador	45	55	0,0
Cotas impostas pelo país importador e/ou acordos de restrição voluntária	50	50	0,0
Regras de origem	68	32	0,0
Falta de conformidade do produto para com o mercado consumidor	75	25	0,0

Fonte: Pesquisa de Campo; Nota: 1-muito importante; 2-importante; 3-pouco importante; 4-irrelevante.

Para romper esses obstáculos, esse grupo seletivo apto a exportar, constituído por um número de 10 empresas no ano de 2000, com programação para participação de 16 para o ano de 2001, utiliza o suporte de exclusividade da VALEXPORT no Convênio celebrado entre o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos/FDA-USA e a Secretaria de Defesa Fitossanitária do Ministério da Agricultura do Brasil/SDF-MARA-BR, tendo na participação da iniciativa privada a VALEXPORT.

No grau de importância econômica e comercial desses obstáculos as ações das agroexportadoras de frutas frescas são fundamentadas no funcionamento e evolução das técnicas organizacionais da qualidade, apoiada na evolução dos dispositivos institucionais e no funcionamento dos circuitos de comercialização, com praticamente 100% dos entrevistados se posicionando como usuários de técnicas organizacionais de qualidade no nível microeconômico, sobre a estrutura produtiva e organizacional da empresa (ver Tabela 16), aqui particularmente ressaltadas na posição da empresa/propriedade em relação às técnicas organizacionais com vista aos atributos de qualidade do produto. Por outro lado, estão sujeitas às influências macroeconômicas, transmitidas na evolução da regulação para o setor.

Essa situação demonstra que tais empresas/produtores estão se esforçando no sentido de romper as ameaças referentes à concorrência em qualidade das frutas no interior do grupo, fazendo uso de técnicas organizacionais de qualidade, com destaque para os instrutivos de padronização e classificação, e instrutivos de exigências quarentenárias com interação de instituições públicas e/ou específicas.

Esses indicadores reforçam a idéia de que as barreiras para competir em qualidade, compreendida nas externalidades, incidem predominantemente sobre as empresas exportadoras de frutas frescas. Entre as razões usualmente levantadas para a explicação desses pontos estaria o fato de importadores operarem, de uma maneira geral,

com conhecimento do mercado internacional e atribuindo maior importância aos aspectos fitossanitários e padrões congêneres ao país importador.

Nesse sentido, dizer que um país é um potencial importador e está disposto a comprar, na visão dos exportadores de frutas, exige na tomada de decisões comerciais o conhecimento do que caracteriza as exigências do mercado doméstico daquele país, no tocante aos indicadores e atributos de qualidade, ocupando espaços estratégicos nas relações comerciais, a ponto de servir como base para caracterizar a diferenciação de frutos e/ou a capacidade competitiva da empresa.

Tabela 16. Posicionamento das empresas agroexportadoras de frutas em relação às técnicas organizacionais de qualidade (%).

Técnicas	Utiliza	Utiliza e está implementando	Não utiliza e nem tem planos para utilizar	Pretende utilizar em curto prazo
Controle de Qualidade Total – QTC como suporte à produção (1)	84	16	00	00
Normas Internacionais de Gestão Ambiental ISO14000	16	00	00	84
Instrutivos de Padronização e Classificação (2)	100	00	00	00
Instrutivos de Exigências Quarentenárias (2)	100	00	00	00
Interação com Instituições Governamentais (Ministério da Agricultura, INMETRO etc.)	100	00	00	00
Normas Internacionais de Qualidade ISO 9000	00	00	00	100

Fonte: Pesquisa de Campo: (1) utiliza, mas sem nenhuma pretensão de implementar tais técnicas; (2) utiliza e encontra-se dispensado esforço no processo de implementação a partir de novos instrumentos técnicos e capacitação.

Investidas dessa natureza já fazem parte do conjunto de atividades dos exportadores de frutas frescas tropicais, tendo a figura do “gerente de mercado internacional”, em atuação no âmbito da VALEXPORT, cujo desafio é desvendar as exigências de qualidade do mercado importador e em seguida, repassar ao elo produtor-comercial os pontos julgados estratégicos de mudanças, visando uma adequação ou um novo produto, que por sua vez pode resultar numa nova espécie de fruta ou variedade.

Nesta ótica, o enfretamento de obstáculos às exportações não se caracteriza como um problema restrito à empresa portadora de experiência internacional. A grande maioria dos produtores de frutas para exportação, nas áreas em estudo, reforçou esta ótica ao declararem ser o cumprimento de padrões técnicos, fitossanitários e comerciais que modula o conjunto de exigências do mercado importador, (84%). Em contrapartida, a inexistência de normas brasileiras para frutas frescas é apontada por 84% dos entrevistados, como um obstáculo que dificulta uma conformidade adequada ou paridade, como ponto de partida para inserção ou adequação dessas frutas ao mercado, Tabela 17.

Do mesmo modo, normas contendo especificações consideradas excessivas e de difícil justificativa no âmbito comercial dificultam muitas vezes um atendimento harmonioso às normas do país importador (84%) acrescidas das exigências particulares do importador apregoadas às particularidades contratuais.

A questão do alcance da exigência e responsabilidade da certificação aparece enfocada predominantemente nas barreiras fitossanitárias, com os produtores entrevistados admitindo um elevado grau de importância, diante da tendência internacional da certificação como atributo de qualidade. Para os produtores de frutas da região o Certificado Fitossanitário de Origem – CFO, poderá servir de base para uma certificação de cunho comercial.

Contudo, a proporção das exportações rejeitadas pelo importador devido ao não atendimento de normas ou à insuficiência da qualidade, na opinião dos entrevistados, é refletida no grau de importância de atendimento à norma do agente/empresa importador (a) (68%) sujeitas ao controle de qualidade ou outros sistemas de garantia aplicados pelo importador e consideradas compatíveis com as exigências e normas.

Tabela 17 - Classificação das exigências segundo o grau de importância que dificultam a inserção ou expansão no mercado externo de frutas frescas originárias dos pólos da região Nordeste na visão do produtor-importador.

Exigências/Grau de Importância	(1 + 2)	3	4
Produto fora de especificação: inexistência de norma brasileira	84	00	16
Exigência de atendimento à norma nacional do país importador: excessiva, contendo especificações tecnicamente injustificáveis.	84	16	00
Exigência de Certificação de Qualidade: predominantemente fitossanitário	84	00	16
Exigência de atendimento à norma do agente/empresa importador (a) diferente da norma do país importador:	68		32

Fonte: Pesquisa de Campo.

Nota: (1+2)–importante+muito importante; (3)–Pouco importante; (4)–Irrelevante.

Na avaliação dos produtores, embora os mercados dos EUA e da UE sejam os que apresentam exigências mais fortes, é interessante notar que, em relação ao mercado europeu, os produtores apontaram a inexistência de uma norma específica brasileira para: utilização de produtos agroquímicos para frutas e legumes e permissão de moléculas por grama do produto, fortalecendo os obstáculos que enfrentam os exportadores desses produtos, já que o mercado europeu é considerado como muito exigente neste aspecto.

Para os exportadores de frutas frescas do Nordeste a atualização constante das normas e diretivas sobre esse ponto, no mercado da União Européia, a exemplo da Diretiva 914 / 98 – do CEE, que submete as frutas brasileiras ao desembarcar em portos europeus, especialmente nos Países do Mediterrâneo, a inspeções detalhadas e teste de laboratórios com riscos altos de rejeição do produto, impulsionam os produtores de frutas dos pólos irrigados do Nordeste a assumir estratégias alternativas.

Uma alternativa refere-se à opinião de que as normas incidentes sobre esses produtos, para exportação, deverão também resultar de negociações entre as partes interessadas, sob uma articulação coletiva de caráter convencional entre os atores, em atitude conjunta com a organização cooperada da VALEEXPORT, IBRAF e MARA, na implantação de uma central de informação de produtos agroquímicos utilizados na produção agrícola e beneficiamento pós-colheita de frutas frescas.

De uma maneira geral, os exportadores de frutas frescas admitem que muitas dessas barreiras resultam de prerrogativa das nações de estabelecerem regulamentos, segundo critérios nacionais de legitimidade nas áreas de segurança nacional, proteção à saúde e segurança humanas, preservação de plantas, animais e meio ambiente. Vale lembrar que tal prerrogativa está garantida pelos termos dos acordos negociados no âmbito da OMC, mas tais circunstâncias, a questão desloca-se fortemente para a dificuldade de consenso em torno da definição de objetivos, deixando o campo da escolha restritivo à convergência de tais prerrogativas.

A ausência de um sistema doméstico e internacionalmente reconhecido de avaliação de padrões de qualidade de frutas frescas, na concepção dos produtores, pode representar a intensificação de obstáculos à exportação. Isto porque os exportadores, além de terem que conformar produtos e/ou processos a normas e regulamentos técnicos externos, incorrem em obstáculos extras referentes à necessidade de comprovar tal conformidade a partir de avaliadores estrangeiros.

Essa comprovação, que remete a internalização das externalidades para formular estratégia de concorrência internacional, é, em princípio, uma prerrogativa da empresa exportadora, freqüentemente exercida no caso das exportações de frutas frescas brasileiras, por uma instituição de cunho governamental e outra de natureza cooperada em que cláusulas contratuais previamente estabelecidas pactuam o atendimento às exigências do mercado, seja voluntárias ou compulsórias.

Embora de difícil engenharia, a construção de um sistema de controle e avaliação de indicadores e atributos de qualidade de frutas nos pólos irrigados da região, em condições de reconhecimento por parceiros comerciais, é uma alternativa que está se desenvolvendo nesse campo, que visa desde o desenvolvimento de competências internas relativas à flexibilidade produtiva até as formas de comercialização. Esse tipo de ação considerada de grande importância pela maior parte dos produtores exportadores, induz ao surgimento de circuitos comerciais organizados em torno da convergência da normalização e do comportamento dos atores.

No centro de tais considerações, determinados elos da cadeia, como o da logística e o da distribuição, vistos até então como passivos em termos de estratégia, tornam-se elementos fortes, redirecionando a produção em função de normas e sinais emitidos pela demanda. Este redirecionamento caracteriza-se pela crescente solidariedade produtiva entre os diferentes atores, em ambiente distinto daquele observado nas décadas anteriores, no qual a competição em escala global era dada anteriormente pelas altas escalas

de produção e pela disputa por mercados baseada em produtos padronizados, com predominância da regulação oficial.

Neste processo, as exigências da concorrência são as razões da (re) estruturação do sistema normativo e dos controles e acompanhamento social que regiam, tradicionalmente, a prática e as representações alimentares. A relação entre o mundo da produção e o universo do consumo, cresceu, onde a logística e a distribuição desempenham um papel cada vez mais preponderante, por conseguinte, no subsetor dos produtos hortifrutícolas.

Com esse panorama de fundo, procurou-se a seguir analisar como os atores, ao longo das cadeias de frutas frescas da região Nordeste, levam em conta a qualidade nas transações comerciais. Esta qualidade é apreendida por duas vias que convergem: a via seletiva da convenção e a via igualitária da regulação.

CAPÍTULO III, QUALIDADE, UMA ABORDAGEM REGULACIONISTA - CONVENCIONALISTA

O quadro geral de contextualização da fruticultura em relação à qualidade das frutas frescas, apresentado anteriormente a este capítulo, deixa claro que os ajustes necessários para construir qualidade serão marcados em particular, por mudanças institucionais atreladas à concepção que o mercado dita em relação à imagem do produto e sua difusão frente ao consumidor.

Esses ajustes, não são simplesmente justapostos no interior dos mercados. Refletem, sobretudo, o comportamento dos atores no decorrer dos últimos anos diante dos objetivos da normalização e das instâncias da regulação cujos resultados são percebidos no processo de negociação da qualidade.

Esse processo não se resume, hoje, aos debates sobre as modalidades de gestão ou formas de organização produtiva de qualidade, mas sim requer a abordagem das instituições que norteiam os acordos e conflitos entre grupos ou indivíduos no plano macroeconômico, o que faremos com base na teoria da regulação, bem como, a cooperação dos atores aos interesses convergentes no plano microeconômico das convenções, para o qual recorreremos à economia das convenções.

3.1 – Sobre a diversidade dos enfoques

Fazendo-se uma opção por tratar qualidade em seus aspectos socioeconômicos, ensejamos os debates não no sentido evolutivo, mas objetivando a conotação socioeconômica incorporada à qualidade agroalimentar em tempos mais recentes, na percepção mais ampla das falhas de mercado e da necessidade de coordenar as ações dos atores econômicos.

Essa conotação²², caracterizada nas relações específicas inter e intra-subconjuntos distintos de conhecimentos, permite apreender a utilização de abordagem ampliada, envolvendo conteúdos ligados a campos de conhecimento, tais como Economia, Sociologia, Administração, Engenharia de Produção e Marketing, o que tem implicado

²² No âmbito das várias facções da dinâmica dos sistemas agroalimentares, a análise das mudanças que concorrem para esta transformação tem destacado a importância das biotecnologias (Wilkinson et alii, 1999) da normalização da qualidade dos produtos específicos (Multon, 1998), das questões específicas locais e/ou regionais (Allaire e Sylvander, 2000), da integração internacional dos mercados e da desregulamentação setorial (Farina, 1998), do surgimento de novos operadores ao longo das cadeias produtivas (Green, 1998; Codron, 1999), das trajetórias da construção das convenções para construir mercado de qualidade (Allaire e Boyer, 1995), das inovações e progresso técnico (Nelson e Winter, 1982), e da ambição de tratar o tema sob um enfoque multidisciplinar.

esforços, por cada um desses campos, voltados para um aspecto específico sobre o assunto, que no fundo tendem a convergir.

Como abordagem ampliada, optamos pela aproximação dos debates no campo da teoria da firma, da teoria da regulação e da abordagem das convenções²³. Analisar a forma como a qualidade se prende aos procedimentos regulamentares e dispositivos institucionais localizados, que instrumentalizam os compromissos dos agentes²⁴, a reorganização dos sistemas produtivos e as inovações, se não os imperativos de uma nova lógica que diz respeito às formas de concorrência ou às relações internacionais, é o centro da questão²⁵.

A complexidade e diversidade de tratarmos o tema²⁶, com base na visão combinada das abordagens e na utilização dos enfoques conceituais presentes encontram importância inicial no plano técnico ou da gestão, em que o método para implementar uma análise de cunho teórico tem seu núcleo inicialmente fundamentado sob duas óticas: da Qualidade Total (QT) e do Controle da Qualidade Total (QTC)²⁷.

MULTON (1995), utilizando-se deste método, para dimensionar instrumentos técnicos de controle à proposição de política de qualidade agroalimentar, chama atenção para o grau de experimentalismo na construção de um enfoque cuja área de conhecimento situa-se na interseção entre a teoria da gestão e a teoria econômica. Utiliza-se, para falar do conceito de qualidade neste enfoque, da iniciativa realizada pela Associação Francesa de Normalização – AFNOR²⁸, definindo qualidade como “a atitude de

²³ Ver Eymard-Duvernay (1996)

²⁴ Ver Lassaut & Sylvander (1983 ; 1994).

²⁵ Ver Allaire & Sylvander (1997).

²⁶ O Instituto Nacional de Pesquisa Agrônômica – INRA-França, desde os anos 60, desenvolve programas de pesquisa centrados nas questões socioeconômicas da qualidade agroalimentar sob a atuação de dois grandes centros específicos: INRA-Montpellier e INRA-Le Mans, onde neste último está localizada a Unidade de Pesquisa Econômica em Qualidade Agroalimentar-UREQUA.

²⁷ Com este enfoque tem-se **a)** Qualidade Total (TQ): que toma por base as quatro vertentes de análise da “qualidade do produto”. A primeira tem como expoente e definição da qualidade de Juran (1974), com adequação ao uso (*fitness for use*). A segunda segue a definição de Crosby (1994), que associa qualidade à conformidade com requisitos (*conformance to requirements*). A terceira é representada pela definição de Taguchi (1979), que conceitua qualidade como perda, mensurável e imensurável, que um produto impõe à sociedade após seu embarque (processo de distribuição e logística), com exceção das perdas causadas por sua função intrínseca. A quarta vertente é a que considera a visão da qualidade do produto como a satisfação do cliente, apregoada por Deming (1975). Entre outros autores que especificamente trabalham essa abordagem para os produtos agroalimentares destacam-se como referência Green (1995), Lassant (1995). **b)** Controle da Qualidade Total (TQC) e da Gerência Estratégica da Produção que trata qualidade no sentido da tomada de decisão estratégica e do conhecimento de seus vínculos com *frameworks* e a gerência estratégica da produção. Tal articulação é tomada como base para explicar os impactos do controle de qualidade, com ênfase para os programas de Garantias de Qualidade e para os Círculos de Controle de Qualidade, com referencial para os trabalhos pioneiros de Feigenbaum (1951), Ishikawa (1954) e outros. Sob esta ótica, reflete a dificuldade que se tem em garantir a segurança de um produto. Em alguns casos, produzir um produto com determinado padrão de segurança esbarra no alto custo ou ainda na presença de características associadas não-desejáveis como dureza, coloração e sabor inadequados. Assim, não existe uma definição única para “qualidade” ao longo dos diferentes enfoques.

satisfazer às necessidades explícitas ou implícitas dos consumidores”, e que, por sua vez, fundamenta *um “approche de la qualité”* na dinâmica econômica da cadeia agroalimentar e na negociação da qualidade sob o ângulo da “construção da qualidade na perspectiva do mercado”, ou seja, uma visão socioeconômica da qualidade baseada no seguinte esquema:

Primeiro – a qualidade analisada em um espaço bipolarizado: de um lado os consumidores e do outro os fornecedores; um cliente que exige + um fornecedor que satisfaz = uma mudança que repercute em melhoria/criação de qualidade;

Segundo - a qualidade de um bem ou serviço não evolui para atender a um consumidor individualmente, mas ao conjunto de consumidores presentes no mercado, uma representação do tipo genérica, que concerne também à firma de forma genérica, capaz de produzir bens que satisfaçam aos consumidores;

Terceiro – a qualidade relaciona-se aos interesses dos atores presentes no mercado. Supõe-se que ao consumidor interessa a máxima qualidade a um preço dado. Da mesma forma, para a firma, a exigência da qualidade é atrelada à gestão, com objetivo de aumentar o lucro ou de se manter no mercado diante de um aumento ou manutenção da rentabilidade. A qualidade é, então, um problema de “maximização”.

Neste quadro, a evolução dos bens refletida na melhoria da qualidade se faz pela confrontação da oferta e da demanda. Os preços exprimem o valor da mudança, tendo no mercado o rigor da seleção qualitativa referente à confiança do consumidor em demandar um produto que não lhe cause riscos e, nas esferas institucionais públicas ou privadas relacionadas ao problema, a criação de regras e normas que contribuem para o surgimento de novos atributos de qualidade. A questão é então saber como um enfoque específico de qualidade poderá emergir do livre comportamento dos atores (Valceschini & Nicolas, 1995)²⁹.

Uma contribuição, entre outras, para esta questão pode ser vista em EYMARD-DURVERNAY (1996:343), que apresenta dois momentos para definir qualidade numa perspectiva de construção social e coordenação das atividades dos atores:

(...) de la definition de la qualité (définie dans la relation entre offreur et demandeur ou définie par l'institution), et souligne que si l'on opte pour une construction endogène de la qualité “deux voies ouverts : l'introduction d'institutions collectives qui établissent des règles de qualité et se donnent les moyens du respect de ces règles; la reconnaissance de formes de liens locaux entre acteurs : proximité des acteurs permettant la communication, l'expression de désaccords, l'negociation”.

O emergir do livre comportamento dos atores, apoiada na contribuição de EYMARD-DURVERNAY, supõe que a qualidade emerge na concorrência do mercado,

²⁸ A AFNOR exerce um papel de protagonista no estabelecimento e respeito às regras e normas de qualidade agroalimentar na França, com grande intensidade na certificação de produtos específicos ou seja de *Apelação de Origem Controlada* – AOC.

²⁹ Estes autores discutem o processo de construção da qualidade agroalimentar como uma negociação entre os atores com a interação do meio onde se desenvolve as ações.

atrelada à coordenação dos atores e à construção de instituições (regras ou regulamentos) genéricas ou específicas para (re) definir as normas sobre os produtos.

Esta concorrência pode ser evocada em nível individual ou coletivo, para impor um compromisso ou negociação da qualidade do produto na ótica de BOLTANSKI e THÉVENOT (1987), apresentando um quadro de definição de qualidade sobre quatro situações:

- Sobre os padrões: neste caso, os bens são definidos pela regras “objetivas”, as normas exteriores e o processo pelo qual os atores verificam a capacidade um dos outros de buscar conformidade do produto;
- Sobre as relações duráveis entre os atores: relações baseadas em confiança nas pessoas e/ou nas marcas;
- Sobre o funcionamento do mercado: a qualidade é definida no decorrer das transações;
- Sobre a adesão de um grupo de atores a um conjunto de normas coletivas, que por sua vez estruturam as relações comerciais.

O jogo dessas interações parece contribuir progressivamente para uma definição institucionalizada da qualidade, em que os atores não são impostos a aceitar qualidade a partir de uma simples definição. Paralelamente a essa progressão, a formulação de um quadro que sintetiza um conjunto de enfoques conceituais, para tratar qualidade de produto, reforça a conotação atual da qualidade agroalimentar na preferência do consumidor, na diferenciação do produto e na conformidade em atendimento aos instrutivos de regulação, Quadro 02.

Para tanto, o produto (mercadoria) é entendido como envolvendo o produto físico e o produto ampliado, ou seja, além da conformidade associada ao produto e/ou ao processo, envolve também uma agregação de valor econômico através de embalagens, da orientação para uso, da marca específica, de informações e serviços pós-venda, entre outros, considerados importantes para compreensão e análise da qualidade como fator emergente em mercados competitivos.

Numa espécie de convergência destes diferentes enfoques/definições, a ênfase na adequação ao uso, ao estilo de vida e ao *status* do consumidor ganha mundo passando a incorporar toda sorte de pretensões de se manter ou ganhar posição no mercado, do pretensamente acadêmico ao mais popular, desobrigando-se de emprestar o seu significado à rigidez do método científico.

Pode-se captar a diversidade e a magnitude dessas evoluções subordinando a compreensão da qualidade agroalimentar à convergência das correntes teóricas neo-schumpeterianas, regulacionistas e convencionalistas, denominados de eixos de desenvolvimento das análises.

Quadro 02. Diferentes enfoques/definições ressaltando as dimensões de qualidade

ENFOQUES	REPRESENTAÇÃO	DEFINIÇÃO
Enfoque transcendental	Marca tradicional – Crença	Qualidade-sinônimo de excelência nata, atributo permanente de um bem que independe de mudanças em gostos e estilos.
Enfoque baseado no produto	Diferenciação do produto	Qualidade é um atributo intrínseco do produto e pode ser avaliada objetivamente via diferenciação nas características do produto
Enfoque baseado no usuário	Adequação ao uso, ao estilo de vida, <i>status</i> etc.	Qualidade expressa na preferência do consumidor, configurada pelo consenso de desejabilidade em relação a certos atributos do produto no mercado.
Enfoque baseado na fabricação	Eficiência técnico-econômica do processo de produção – qualidade das especificações.	Qualidade identificada como conformidade com as especificações, no âmbito do projeto do produto e do controle da produção; seu foco de atenção é no interior da empresa.
Enfoque baseado no valor	Segmentação de mercado – refletida no equilíbrio preço – qualidade do produto.	Qualidade definida em termos de custos e preços, na qual um produto de qualidade é aquele que, no mercado, apresenta desempenho esperado a um preço aceitável.

Elaborado com base em Garvin (1988) *apud*, Toledo (1996).

O primeiro eixo diz respeito às estratégias de concorrência, incentivado pelas instâncias regionais e modificações de funcionamento dos mercados, deslocando a importância das regras coletivas em benefício de procedimentos preventivos e de garantias legais. Esta evolução foi amplamente incentivada pelas instâncias que favorecem o novo protecionismo, correspondente a uma regulamentação da qualidade de caráter rapidamente preventivo³⁰.

O segundo eixo desta dinâmica, numa aproximação aos outros dois, diz respeito à tomada de consciência do papel da inovação nas relações de competitividade em qualidade. De um lado, a existência das barreiras técnicas como elemento de proteção induz o público e o privado a desenvolver diferentes formas de incentivo às atividades de inovação (novos produtos, novos processos, programas de normalização), como forma de romper a incompatibilidade de produto. De outro lado, as mudanças do consumo, influenciadas pelas externalidades espaciais e temporais exigem uma rápida adaptação de produtos ou a criação de indicadores e atributos que diferenciem os produtos em relação à concorrência.

O terceiro eixo diz respeito a todas as atividades relativas à agregação de especificidades ao produto. Consta-se um movimento organizacional no sentido de contribuir para a circulação das informações técnicas e de mercado, capaz de influenciar nas definições das características do produto, contudo numa dinâmica de negociação em que os aspectos sociais e o fluxo de informações têm importância decisiva.

³⁰ Esta perspectiva alcança as instituições de serviços públicos convencionais. O desenvolvimento desses procedimentos de controle é acompanhado por um processo de concorrência em que o nível de exigência em termos de qualidade e de universalidade do produto é suscetível de aumentar de modo mais ou menos sincrônico com o restante da economia.

Está claro que a evolução das formas de concorrência em qualidade, essencialmente qualidade agroalimentar, apresentará temporalidades diferentes de acordo com os três eixos mencionados anteriormente, exprimindo-se nas relações entre os atores e numa regulamentação mais pedagógica que se apóiam sobre os conhecimentos e nas tecnologias alternativas para construir e/ou controlar qualidade, de modo a motivar os consumidores.

O esquema a seguir resume essa compreensão subordinando qualidade a cada eixo, de maneira que a convergência entre os três eixos combinando dimensões históricas, dinâmicas e organizacionais, sistematiza os mecanismos de construção e negociação da qualidade agroalimentar e os dispositivos institucionais de legitimidade a capacidade de inovar.

Teoria das Convenções	Enfoque Neoshumpeteriano	Teoria da Regulação
Qualidade-subordinada às formas de racionalidade envolvida, aos mecanismos de criação e de estabelecimento de formas de coordenação em sistemas de conhecimento comum entre os atores. Assume o papel central, formando uma rede social, uma racionalidade de crenças, um procedimento para o tratamento compartilhado de conflitos e de interpretação de processos de padronização ou diferenciação por qualidade.	Qualidade-subordinada às inovações como motivação principal da concorrência em novos produtos ou processos que resultam na diferenciação de produtos e visam o sobrelucro, com o elemento de coordenação como uma necessidade deste processo embora condicionada em certo ambiente econômico. Considera-se um ponto de partida, um elemento central na análise que condiciona a seleção dos fatos estilizados relacionados aos processos inovativos.	Qualidade-subordinada aos dispositivos institucionais e a idéia de regime econômico e de funcionamento inter e intra-setores, permitindo que se aceite a importância das ações e compromissos da criação de estruturas regulatórias, para mostrar a utilidade analítica de uma formulação regulacionista da produção e do consumo no tratamento dos requisitos de qualidade, em que a dinâmica tecnológica e a forma de organização dos atores não são suficientes para caracterizar sua inserção no modo de regulação predominante.

Nota: As bases destas definições são encontradas em Boltanski e Thévenot (1987) e Eymard-Durvernay (1989).

ALLAIRE e BOYER (1995)³¹, para tratar da qualidade dos bens sob essa égide, tomam como ponto de partida uma reflexão de natureza socioeconômica e levantam hipóteses sobre um renovado movimento da pesquisa, a partir dos anos 70, no qual a questão principal que busca explicação não se limita em saber como os setores funcionam (se num modelo específico ou não), mas como seus moldes de gestão se transformam.

Seguindo esse mesmo raciocínio, THÉVENOT (1995) chama atenção para uma reflexão sistêmica sobre os atributos de qualidade, reforçada pelo teor dos debates sobre negociação da qualidade e sobre a autoridade do Estado Nacional e os interesses

³¹Esses autores tomam como referência para esse quadro os trabalhos originários da Escola Francesa.

empresariais, em matéria de edição de marcas, certificados, selos etc. Reforça a idéia de mudanças no tocante às análises sobre qualidade dos bens e dos serviços e, para tanto, as regras enquadram as transações comerciais no centro do debate, bem como as novas formas de organização produtiva e os métodos de gerenciamento que as facilitam.

Nesse movimento, o tratamento econômico dispensado ao diagnóstico de problemas e oportunidades relativas à qualidade de produtos e/ou serviços, passou a ser entendido a partir do comportamento dos atores como uma variável estratégia, diferente da visão de uma variável ajustada ao modelo abstrato da concorrência perfeita. Repousa sob o efeito de um axioma simples, que permite deduzir que a coordenação dos atores se pratica espontaneamente no mercado ou com base em grupo de atores portadores de desejos/exigências contraditórias, mas possuidores de racionalidade (Gómez, 1994).

Desse modo, quando a negociação da qualidade se generaliza, repercute, inclusive, na a definição de acordos contratualmente ou não sacramentados. Por outro lado, à medida que as situações se repetem com frequência, vira rotina. Nesta perspectiva, o núcleo axiomático da teoria possibilita interpretar “qualidade” de forma endógena ao modelo econômico, em contradição à teoria econômica neoclássica que se utiliza de uma certa ambigüidade ao definir qualidade como exógena ao modelo, configurada no ajustamento entre oferta e demanda, sob uma coordenação denominada *ex post*, estabelecendo a negociação da qualidade conforme padrão.

No âmbito dos debates, hoje, um tratamento axiomático comporta, segundo GÓMEZ (1994) e RAMAUX (1997), ainda que precariamente construído, um quadro que permite pensar qualidade nas interações micro (comportamento dos atores) e macroeconômicas (dinâmica das instituições), contribuindo para entendermos o surgimento de novos paradigmas comprometidos com a “construção socioeconômica da qualidade”, conforme Quadro 03.

Sem considerarmos o esquema acabado, embora sujeito a uma possível ambigüidade, o mesmo serve de referencial á abordagem “sócioeconômica da qualidade” expressa sob a ótica institucional-organizacional e apóia-se no diálogo privilegiado entre regulação-convenção sob o caráter intuitivo e esquemático destes axiomas, para explicar qualidade como estratégia de concorrência numa perspectiva de mudanças nos perfis da oferta e da demanda.

A abordagem sugerida, de confrontação entre formas de coordenação atreladas à evolução da qualidade, funciona como parâmetro relativamente flexível, que sinaliza como as ações se moverão no centro de um modelo de coordenação, largamente utilizado na construção de uma convenção de um produto de qualidade específica, a exemplo do Label Roger e dos Vinhos Finos de Mesa na França³².

³² Sylvander (1996), sob os fundamentos da Teoria das Convenções classifica essas formas de coordenação em quatro modalidades: coordenação industrial - os bens são definidos por regras objetivas, processos e normas existentes contribuem para regular as relações entre os atores; coordenação doméstica - as relações são baseadas na confiança entre os atores ou nas marcas que se estabelecem em relação às transações passadas; coordenação cívica - qualidade é resultado da adesão de um conjunto de atores a um corpo de princípios sociais, que abordam os atributos de qualidade no sentido de estruturar suas relações econômicas; e coordenação mercantil - neste caso a qualidade é resultado

Quadro 03. Negociação da qualidade na correlação micro-macroeconomia.

NEGOCIAÇÃO DA QUALIDADE	AXIOMAS DA MICROECONOMIA	AXIOMAS DA MACROECONOMIA
Negociação entre os agentes	Autonomia dos indivíduos	Adesão e legitimidade das instituições.
Exigências dos consumidores em melhoria da qualidade <i>versus</i> lucros das empresas por aplicar estratégias para atender tais exigências	Agentes racionais de maneira subjetiva, a maximização da utilidade constitui sua função de comportamento.	Instituições são autogeridas pelos conflitos entre grupos e classes.
A qualidade surge como padrão de concorrência: no mercado e no interior da firma	O mercado é a melhor forma de coordenação e a firma é uma forma particular de mercado	Assimetria de informações define as regras do jogo.
Qualidade como fator de competitividade no espaço coordenado pelos instrumentos contratuais e na aplicação de princípios técnico-econômicos ao longo do processo produtivo	A coordenação se faz pelo mercado, sob as ações intencionais dos agentes econômicos.	A heterogeneidade das formas institucionais serve de quadro de referência e de estabilização no qual os agentes interagem.

Elaboração com base em: Gómez, Pierre-Yves, *Qualité et Théorie des Conventions*, Paris: Economica, 1994. p.55; e Ramaux, C. Pour Dialogue entre Théorie de la Regulation et théorie des Conventions, In: Economies et Sociétés, Théories de la Regulation, Série R. N° 12/1997. P. 87-98.

Tratamentos referenciais dessa abordagem são encontrados em BOLTANSKI e THÉVENOT (1987), quando postularam através da economia das convenções “*abordar as questões de coordenação das atividades econômicas a partir da hipótese da racionalidade limitada e da compreensão das ações dos agentes sociais para construir perfis de qualidade*”.

Compartilhando desta posição, FAVEREAU (1989:128) argumenta que a “*construção da qualidade é um dos domínios resultante das interações entre os indivíduos ou de um ponto de partida da inovação, mas que essas interações não poderão ser interpretadas sem um quadro comum, sem uma convenção constituída*”.

Em contrapartida, os critérios denominados regulacionistas, que ocupam uma função explicativa central da qualidade dos bens, por meio dos conflitos e dos compromissos assumidos pelos agentes, particularmente em momentos de crise, induzem à transformação no tempo e no espaço das formações sociais e de suas crises, tese assumida por BOYER (1986:55-58), em seu trabalho clássico sobre regulação:

do funcionamento do mercado, os atores são aqui tomados como avaliadores diretos da qualidade dos bens no âmbito das transações.

“ la loi, la règle ou le règlement, définis d'emblée a niveau collective” et qui ont “pour vocation d'imposer um certain type de comportement, compromis et négociation”.

Essa expressão de confluência, no interior das cadeias de frutas consideradas, trata dos acordos e negociações dos agentes econômicos em torno da qualidade, compatibilizados com a análise dos dispositivos regulacionista, cuja base institucional tem a perspectiva de formular e analisar qualidade na satisfação das necessidades dos atores (importadores, distribuidores, consumidores, etc.); no controle (conformidade dos frutos, prazo certo de colheita e entrega, acondicionamento correto e quantidade certa) e na segurança (zero risco aos consumidores...) ³³.

Neste esquema, a evolução das características dos frutos levará em conta as interações e os conflitos sociais, nos quais a confrontação dos acordos e compromissos institucionais exprime o valor da mudança, num mercado que opera de forma seletiva em qualidade, a exemplo do europeu, em que a questão de maior importância se caracteriza por identificar como um atributo de qualidade emerge do livre comportamento dos agentes ou como os interesses públicos e privados, em relação à qualidade dos produtos, são compatibilizados.

Enfim, segue-se na guisa da aproximação dos dispositivos de regulação aos mecanismos de coordenação das ações e comportamento dos atores sob a égide das convenções, como marco teórico aceitável à condição que se pretende qualificar a concorrência em qualidade agroalimentar antes exposta.

3.2 – Um diálogo sem sincretismo

A aproximação da Teoria da Regulação (TR) e da Economia das Convenções (EC) é um movimento que surge como alternativa dos fóruns de organização, convenções e instituições, no combate ao “efeito confinado da regra” e ao “engessamento das ações”, no sentido teórico de analisar qualidade (Ramaux, 1997:86).

No campo analítico, marcado pela dinâmica econômica do agroalimentar, tradição de certas equipes de pesquisa em “economia agroalimentar”, a exemplo do INRA na França, esse movimento encontra-se fortalecido numa denominação de “convergência”, cabendo à corrente convencionalista avaliar os elementos definidores dos critérios de qualidade no centro da racionalidade estratégica em condições de incerteza; e à corrente regulacionista avaliar os elementos de regularidade que configuram os processos de definição e/ou mudanças nas formas institucionais, articulando modos de produção e regime de concorrência para estabelecer critérios.

³³ Os trabalhos de North (1984), Williamson (1979) destacam-se como campo fértil para orientação de estudos em sistemas produtivos, seja nos aspectos ligados à estrutura de corporações, seja nos aspectos ligados aos contratos e outras formas de governança com possibilidades associadas a diferentes arranjos de qualidade. Entre os trabalhos com esse enfoque teórico e específico ao sistema agroindustrial brasileiro, merecem destaques como referencial aqueles realizados por Zylbersztajn (1995) e Farina (1994).

Deste modo, a visão convencionalista³⁴ evoca para o tratamento das questões um enfoque que pode ser encontrado no tratamento dado às externalidades, originadas pelo papel auto-reforçado das convenções, contextualizado historicamente no modelo dinâmico de aprendizagem organizacional ou, ainda, no estudo de formação de redes sociais³⁵, que dependem de interações entre os atores.

A corrente regulacionista, por seu turno, privilegia a noção de forma institucional com codificação das relações sociais de produção, reconhecendo a importância da compreensão das ações e da multiplicidade de dispositivos institucionais relacionados à formação de critérios de qualidade e regularidade nas mudanças que esses critérios mantêm com o mercado.

Essa corrente introduz no processo de construção de indicadores e atributos de qualidade a aceitação de regulamentos e normas que fazem a diferenciação, via certificação, selos e padronização, rotulagem e marcas específicas, interpretadas como estratégia de concorrência via construção de valores de confiança, de fidelidade e de reputação associada aos mecanismos de coordenação de fatores e/ou recursos (loais ou regionais) para explicar essa possibilidade de compatibilização.

A perspectiva de convergência³⁶, situada entre a TR e a EC, insere-se na abordagem “holo-individualista da economia heterodoxa” e permite uma compreensão do “dinamismo da qualidade”, seja como especificidade do produto ou como padrão de conformidade, expressa nos traços engendrados por uma ação econômica elementar (EC) dos indivíduos, por exemplo, os estudos sobre a gênese dos rótulos de *appellation d’origine contrôlée* (AOC), por um lado, e as regulamentações coletivas versus direitos individuais (TR) por outro, em que as implicações sobre o mercado, seja interno ou externo, sujeitam-se ao surgimento e/ou modificação dos procedimentos regulatórios da qualidade, bem como entre instituições mobilizadas na ação econômica, a exemplo das organizações de produtores para definir a certificação do produto.

Uma tentativa como objeto de configuração dos pontos de convergência entre TR e EC, embora de forma muito reduzida, é vista na correlação dos esquemas seguintes, tendo de um lado a dinâmica convencionalista, visto sob o aspecto temporal ou sistemático das ações dos indivíduos e, do outro, a hierarquia da dinâmica regulacionista (institucional), impulsionada pelas relações dos atores e das formas de concorrência.

A partir destes esquemas, percebe-se uma correspondência funcional entre conceitos de mesma categoria, os aspectos conceituais das duas correntes transmitem a idéia de operação em níveis sócio-temporais diferentes. Cada esquema modeliza um processo econômico em que as fases e o funcionamento são estabelecidos (coordenados e regulados), sobre a influência de uma combinação institucional (convenções e formas

³⁴ Entre esses Boyer; Orlean, Allaire, Valschini, Thevenót e outros aqui citados.

³⁵ Granovether (1996).

³⁶ No esquema procurou-se demonstrar o efeito circular e de retroalimentação das ações e comportamento dos atores sob uma dinâmica microeconômica (EC) e macroeconômica (TR) de modo que os incidentes ou as contestações externas sejam pontos de partida, resultantes de interações ou conflitos sociais.

institucionais) com as transformações do processo sendo resultado das perturbações externas e internas.

Na dinâmica convencionalista, as regras revelam a sua instrumentalização sob uma dinâmica de aprendizagem associada a um conjunto de instituições dado. Pelo lado da regulação, a hierarquização das instituições e suas relações com os agentes, centrados nas propriedades dinâmicas das formas institucionais, revelam o ciclo evolutivo da qualidade, do projeto e desenvolvimento do produto ao consumo final.

Para a TR, as interpretações das realidades espaciais, setoriais de uma parte e regionais de outra parte, visam uma análise das especificidades dos níveis intermediários e sua articulação ao nível nacional. Teorizam a dinâmica de um mesosistema, via movimento “descendente” da TR do macro para o micro, como forma de permitir a identificação de novos dispositivos institucionais, podendo os mesmos ter origem setorial.

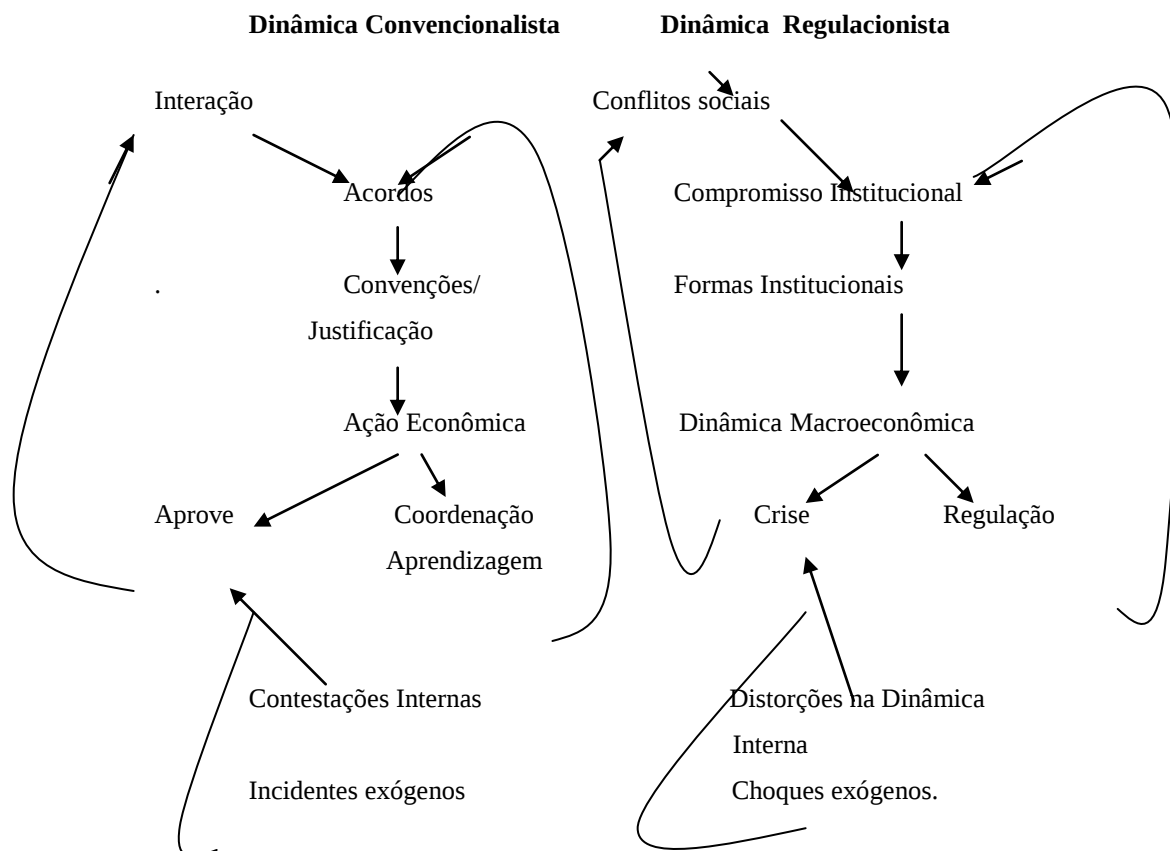
Nesta mesma ótica, a EC permite observação inversa, por intermédio de um movimento “ascendente” sob a coordenação setorial concernente à construção social de um fator, ou onde uma ação coletiva no centro de um sistema produtivo localizado se agrega ao mundo real de produção.

Essa proposição na ótica da dinâmica setorial, concernente à construção socioeconômica da qualidade, com base na aproximação da regulação e das convenções, por exemplo, aparece intimamente ligada às características do mesosistema, na medida em que este é caracterizado por processo de socialização (ação coletiva, aprendizagem) por meio das convenções e das regras que se constituem o ponto de interação entre comportamento individual e forma institucional (regulamentações coletivas e direitos individuais)³⁷.

O enfoque adotado nesta tese combina a análise regulacionista da dinâmica econômica e institucional com a dos compromissos convencionalistas resultantes das interações (comportamento) estratégicas dos atores, no âmbito de um sistema produtivo localizado, que é a fruticultura irrigada da região Nordeste – Brasil. Este enfoque será considerado para caracterizar a dinâmica da produção e da comercialização de “frutas frescas de qualidade”, avaliando os dispositivos de regulação e de normalização e seu grau de harmonização, essencialmente aqueles direcionados às questões fitossanitárias e sanitárias frente ao mercado europeu. Ele também permitirá abordar os dispositivos institucionais autônomos, relevantes à adaptação dessas frutas às exigências comerciais do mercado internacional, com base na organização produtiva-comercial, cujo suporte se faz

³⁷ Uma articulação funcional entre essas duas correntes para se analisar qualidade agroalimentar pode ser inspirada na noção de “regulação de controle” e de “regulação autônoma” explicada por Favereau (1994). A regulação autônoma corresponde ao exercício das capacidades de ajustamento das ações e dos atores num quadro institucional dado. Essa construção ascendente se apóia principalmente sobre os acordos e convenções, sobre a interação do conhecimento comum, das ações e sua justificativa. A regulação de controle corresponde a uma imposição de regras e normas advindas de um nível superior, movimento descendente, resultante de uma imposição hierárquica (dirigentes de Estado) ou de um processo coletivo que se impõe sob um aprobe de votos (estado de direito..). Contudo, esses dispositivos institucionais ligados à regulação de controle podem se apresentar limitados ou incapazes de assegurar a compatibilidade com as ações econômicas se não tiverem o apoio dessas ações ou o mínimo de adesão dos atores.

na integração dos atores e movimentos coletivos via compromissos, convergência dos atores e dos mercados em torno desta adaptação.



Uma adaptação do original de Touzard, (1995 : 4).

3.3 - Regulação setorial e transformação dos sistemas produtivos localizados

A evolução da fruticultura irrigada do Nordeste, norteadada pela disputa de maior espaço no mercado internacional, em particular, suscita uma evolução dos dispositivos institucionais específicos ao setor de frutas frescas para o consumo direto, refletidos sobre os determinantes dos indicadores e/ou atributos de qualidade, entre o nível local e o global, no âmbito do movimento macroeconômico. Embora, o desenvolvimento econômico da fruticultura na região tenha inicialmente sua origem no processamento agroindustrial, a produção e a comercialização de frutas frescas para o mercado internacional, hoje, insere um questionamento corrente sobre as interações entre regulação setorial e dinâmica territorial.

Nesse processo interativo, a regulação setorial, entendida a partir de regras técnicas e normas fitossanitárias, da produção ao consumo das frutas, sob a ação do Estado procura se atualizar na evolução de um sistema de normalização voluntário, determinado nas oportunidades econômicas da atividade e nas representações coletivas, como espaços de confrontação ou de convergência das tensões internas específicas.

Neste contexto, a fruticultura da região como uma atividade agroexportadora, tem seu mesossistema regulacionista caracterizado a partir da natureza e da extensão das relações econômicas, observadas entre os atores em função de um critério de interdependência.

A coexistência de um mesossistema regulacionista para frutas, mais ou menos autônomo, começa a ser posto em prática numa relação com o modelo nacional (tendo no centro as relações com o Estado), no entanto as interações com os instrutivos internacionais estabelecem também as dimensões da qualidade, sejam estas de percepção ou de conformidade fitossanitária das frutas exportadas.

Para formalizar este mesossistema, a VALEXPORT no caso do Vale do São Francisco, através de sua Diretoria Técnica, tem se empenhado em desenvolver um programa de cooperação com o Ministério da Agricultura, com participação da EMBRAPA, através do Centro de Pesquisa para o Trópico Semi-Árido, em que a confrontação metodológica entre a dinâmica econômica e a evolução institucional é o principal posicionamento nessa interação.

A evolução desse posicionamento no centro da fruticultura irrigada do Nordeste, caracterizado pelos diversos indicadores econômicos e institucionais para aquelas empresas agroexportadora, consiste no aumento das quantidades transacionadas (dada a maior predisposição para adequar as frutas ao conjunto de normas) e na tendência ao acirramento da competição via qualidade das frutas, em que a abordagem das normas e regulamentos técnicos constitui mecanismo relevante, para a consecução de determinados objetivos comerciais, atrelados às especificidades do processo de produção ou do recursos locais.

Essas interações para os atores são consideradas como *forma voluntária*, quando os produtores adotam normas distintas ou comuns no processo competitivo de mercado, particularmente as normas de seleção, classificação e padronização das frutas, com base nos dispositivos elaborados a partir dessa cooperação, e de *forma compulsória*, quando uma agência governamental (Ministério da Agricultura, INMETRO, INPI) especifica os requisitos de qualidade a serem preenchidos pelos frutos, configurando os regulamentos técnicos, que devem na maioria das vezes, diluir conflitos e/ou induzir necessariamente uma adequação dos frutos às imposições governamentais e/ou de mercado.

Numa extensão à divergência desses regulamentos técnicos com o mercado importador, impõe-se aos exportadores de frutas frescas a obrigação de adequar seus produtos ou processos desenvolvidos, em conformidade com as regras de seu país importador. Isso acarreta um custo adicional relativo às exportações, o que tem exigido uma (re) estruturação da produção agrícola, do tratamento pós-colheita e da comercialização com vista à adaptação aos regulamentos do país estrangeiro, constituindo uma barreira efetiva à entrada no mercado em questão.

Esse problema é evidente, no caso de incompatibilidades entre os frutos exportados e às exigências de consumo no país de destino, que tornam a compra bastante improvável, mas também se revela importante no caso das normas serem tomadas como estratégias de concorrência, referidas exclusivamente à qualidade percebida pelo consumidor, tendo como porta-voz o agente importador.

Neste contexto, regras, normas e instituições locais não coordenadas, influenciadas pela dinâmica econômica da atividade na região, uma fruticultura especializada em frutas tropicais para exportação (manga, uva, melão, abacaxi, principalmente), vêm sendo substituídas progressivamente por uma coordenação e acordos (contratos) que têm como objeto reduzir a heterogeneidade de normas e regulamentos técnicos e a necessidade de procedimentos de avaliação de conformidade, como forma de romper as barreiras técnicas ao comércio internacional, resultando em estratégias efetivas à comercialização.

No decorrer das consolidações dos acordos, surgem, cada vez mais, evidências de que, na promoção da liberalização efetiva do comércio internacional e do (conseqüente) aumento da eficiência econômica global, deve-se incentivar a harmonização de normas, regulamentos técnicos e procedimentos de avaliação e controle de conformidade entre países.

Na trajetória desses incentivos, as empresas agroexportadora de frutas frescas da região Nordeste empenham-se cada vez mais na possibilidade de convencionar os mecanismos e critérios adotados na implementação desses incentivos, considerando para tanto, os métodos de controle e os dispositivos regulatórios existentes, bem como as especificidades dos frutos, propriedades complexas e que devem ser distinguidas em função da composição biológica e/ou da constituição fisiológica dos mesmos.

3.4–Convergência hierárquica dos mecanismos de regulação no mercado de frutas tropicais: supranacional/local

O movimento no sentido da globalização e da interdependência é sem dúvida um fator capaz de fomentar a caracterização de um “alimento padrão” no universo supranacional/local. A complexidade dos mercados e a concorrência em qualidade, particularmente, destacam os interesses à prevenção dos obstáculos técnicos na comercialização internacional desse alimento.

Neste universo, barreiras comerciais de caráter técnico, ambiental ou social surgem no anseio do protecionismo da produção e do mercado. As partes contratantes ao GATT/OMC são unânimes em estabelecer uma decisão sobre as medidas sanitárias e fitossanitárias, em que os produtos devem responder a certas exigências para serem aceitos e autorizados em âmbito mundial.

Neste contexto, obstáculos técnicos ao comércio concernentes às regras e normas aplicáveis em matéria de qualidade, de composição, de etiquetagem, de certificação etc., em face da desorganização de certos mercados e da concorrência de produtos mal definidos, aparecem como uma possibilidade de defesa, elemento que influencia a

competitividade entre as empresas, suas capacidades de coordenação, suas margens de inovação e as estruturas e evolução dos mercados tanto no âmbito nacional quanto no internacional.

Essa possibilidade sugere a norma como uma base de diferenciação ou como um obstáculo à diferenciação. Um incentivo à competitividade ou um elemento de competitividade protegida, em que a solução é de contingência à situação específica dos diferentes mercados e suas estruturas. Remete à observação de que as normas se desenvolvem no caso em que o mercado é desleal, as modificações de produtos são percebidas pelos atores que dispõem de poder de mercado, como degradante de maneira abusiva da qualidade dos produtos.

Neste contexto, em 1980 entrou em vigor “o acordo geral sobre obstáculos técnicos às trocas”, mais conhecido sob a denominação de “código de normalização do GATT”. Embora assinado por 38 países, não prevê a harmonização das normas técnicas e nem regulamenta sobre a segurança dos produtos. Preconiza uma cooperação internacional, a supressão de obstáculos técnicos às modificações, consulta de projetos de regulamentação técnica, os sistemas de acesso à certificação.

Em matéria de segurança, reconhece os direitos do país que tem medidas necessárias para proteger a vida e a saúde do homem, do animal e das plantas. Prevê os processos para regulamento das diferenças, embora cada país seja livre para definir sua fração de segurança dos produtos e/ou processos, de forma que esses não sejam discriminados e que não criem obstáculos às trocas internacionais³⁸.

Contudo, as críticas e os ataques contra iniciativas que se apóiam na diferenciação dos produtos, essencialmente alimentares, sob uma definição e padronização técnicas referentes à saúde e ao comércio (resultado das sucessivas rodadas de negociações multilaterais), induziram acusações ao GATT, por parte dos países em desenvolvimento, de ser uma instituição permissiva ou leniente em relação a essas iniciativas tidas como de caráter político protecionista do Primeiro Mundo, devido a essas restrições atingirem especialmente aquelas nações, e particularmente as que já alcançaram um grau maior de desenvolvimento, entre as quais o Brasil se enquadra.³⁹

Para romper essas restrições, os avanços das inovações tecnológicas e organizacionais, observadas no cerne das economias de alguns países do Terceiro Mundo, a partir dos anos 70, propiciaram um crescimento da competitividade das exportações, sobretudo em relação aos segmentos ameaçados pela concorrência das importações de produtos mais baratos provenientes desses avanços.

Desta forma, essa tendência protecionista pode ensejar o ressurgimento de velhas práticas comerciais (hoje sabidamente inadequadas aos países menos desenvolvidos e que os conduziram, no passado, à introversão e às políticas indiscriminadas de substituição de

³⁸ Ver SOLAGRAL, (1999).

³⁹ Ver Nakano, (1994).

importações) ou acelerar, como práticas alternativas, constituições de arranjos regionais de comércio, como palco de acordos para remoção mútua das barreiras a que se impõem.

Entre aquelas ações prioritárias, ligadas às atuações de cada cadeia produtiva (manga, uva, melão, mamão, abacaxi e banana) encontram-se a programação de qualificação estratégica e gerencial, a revisão e a reestruturação das associações e cooperativas, a regulação de estruturas comerciais e a estruturação de sistemas de informações relativas a padrões de qualidade internacional dessas frutas.

Entretanto, dentre as ameaças e oportunidades desta diversidade, existem temores governamentais e empresariais que tornam necessários, entre outros temas, analisar os investimentos em qualidade, à luz de bases reais, eventuais mecanismos, ajustes e reconversões no âmbito da economia agrícola e agroindustrial, quando em conformidade com o disposto no comércio internacional. O Acordo Geral de Tarifas Aduaneiras e Comércio-GATT, o Acordo sobre Barreiras Técnicas ao Comércio-TBT Agreement, da Rodada Uruguai, que procura superar essas deficiências, por meio do aperfeiçoamento de alguns dos princípios e mecanismos introduzidos pelo "Standard Code", e o Acordo sobre Medidas Sanitárias e Fitossanitárias - AMSF, objeto de um acordo separado do GATT/OMC, são elementos considerados pelos agentes.

Num cenário de controvérsias, surgem as questões relacionadas à consolidação do "Codex Alimentarius" que, estabelecido em 1963 para facilitar o comércio internacional e para proteger o consumidor de práticas fraudulentas, ocupa *status* de ator preponderante no âmbito da OMC, com 164 países-membro, no consenso de assegurar normas disciplinadoras para produção, tipificação, processamento, distribuição e certificação de qualidade de produtos agroalimentares, sejam de origem animal e vegetal⁴⁰.

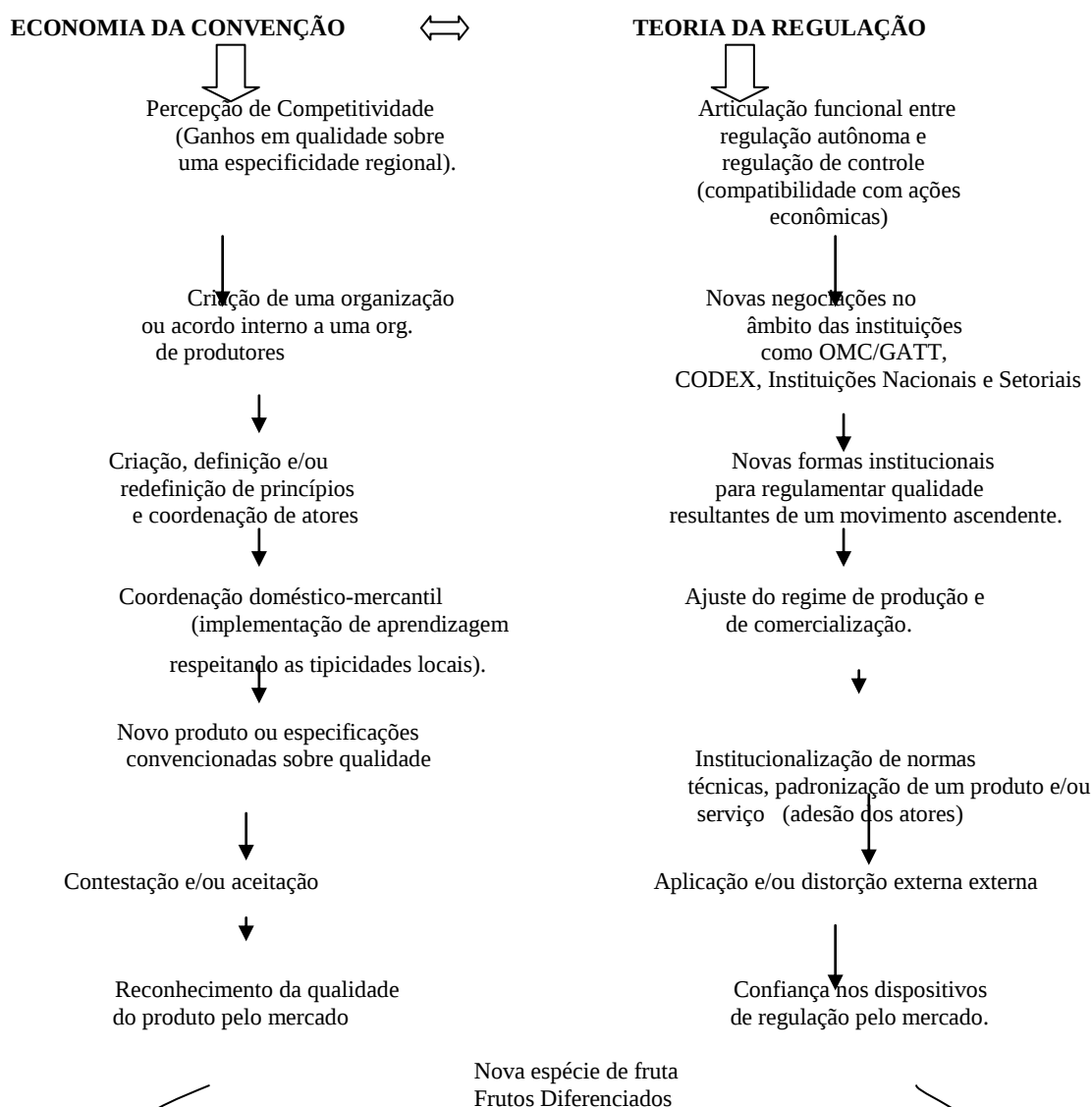
Supõe-se que as oportunidades de trocas comerciais devem ser identificadas e divulgadas, mediante uma sistematização da linguagem capaz de incorporar de forma convergente os presumíveis efeitos das interações (indivíduos em competição) e conflitos sociais (jogo das contradições sociais) como fatores definidores da qualidade.

Objetivando uma aplicação ao setor de frutas, numa aproximação real dos acordos ou conflitos, nos quais as ações dos atores são comprimidas no sentido de reconhecimento da qualidade e a aplicação da regulamentação à conformidade do produto no mercado final, o esquema a seguir representa as propriedades dinâmicas das formas institucionais (TR) e a

⁴⁰ Colomere & Ramon, (1995)

dinâmica da aprendizagem associada à coordenação dos atores (EC) no sentido de estruturar suas relações econômicas.

Este esquema resgata de forma aplicada os pontos de convergência entre os níveis sócio-temporais das duas abordagens – regulacionista e convencionalista – no processo de reconhecimento da qualidade do produto pelo mercado e simultaneamente a confiança nos dispositivos de regulação. Transmite a idéia de um processo ascendente colocado em prática pela fruticultura comercial do Nordeste, em que os níveis são estabelecidos (coordenados e regulados) sob a influência de uma combinação institucional (convenções e formas institucionais) com as mudanças impostas pelos mercados.



Fonte: Elaboração própria.

3.5 – Da regulamentação à tentativa de convenção no Brasil e na União Européia aplicadas às frutas

3.5.1- No Brasil

O presente item trata da regulamentação estatal do setor de frutas no Brasil, considerando aspectos relevantes ao processo. A parte histórica (Anexo 03) apresentada a seguir foi baseada no trabalho coordenado por Araújo et al (1990), como iniciativa do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, por intermédio da Secretaria de Defesa Animal – SDA e do Departamento de Defesa e Inspeção Vegetal – DDIV, com participação do Instituto Brasileiro de Frutas – IBRAF e da Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior – ABEAS.

De forma simultânea, este trabalho se alinha ao movimento dos grandes mercados consumidores de frutas, centrados nos países desenvolvidos que, impulsionados pelas exigências do próprio consumo, como também pela concorrência advinda do exterior, em relação aos produtores internos, viram-se obrigados a desenvolver e/ou aceitar técnicas de mitigação de riscos sanitários e fitossanitários, assim como uma regulamentação que, dada a sua severidade, assume um papel protecionista ou indutor de uma concorrência acirrada no sentido de acessar esses mercados, particularmente quando o aumento das restrições aos tratamentos fitossanitários, com produtos químicos (pesticidas e/ou fungicidas), e à presença de resíduos em produtos agrícolas consumidos “*in natura* ou frescos”, a exemplo das frutas, surge como elemento fundamental no estabelecimento de regulamentos específicos nos países importadores.

Com isso, os países produtores de frutas, entre eles o Brasil, para garantir a participação no mercado internacional, tiveram que buscar no manejo e /ou controle fitossanitários alternativas estratégicas direcionadas para atender tais exigências, sejam estas corporativas (ajuste institucional e organizacional fundamentado no comportamento dos atores) e/ou tecnológicas como os tratamentos quarentenários: tratamento hidrotérmico dos frutos pós-colheita, uso do calor e da irradiação, entre outros, em substituição ao uso de pesticidas e /ou fungicidas apoiadas na acumulação e na difusão de conhecimentos tácitos.

Neste escopo, a implementação do Programa de Apoio e Desenvolvimento da Fruticultura Irrigada do Nordeste, com o intuito de incentivar financeira e tecnicamente, de propor a formulação de uma política estratégica de competitividade e de implementar uma adequação institucional para aquele setor, contribui substancialmente para a realização desse objeto.

Considerando os diversos problemas no tocante à disseminação de pragas e doenças, à contaminação ambiental, à toxicidade à saúde humana e animal, constituídos como elementos de entraves nas transações comerciais entre as diferentes nações, em especial as relacionadas aos produtos consumidos frescos ou *in natura*, constatou-se, a partir dos anos 90, uma escalada do Governo brasileiro na revisão e atualização da legislação referente às frutas.

O esforço em torno dessa revisão e atualização foi respaldado no arcabouço regulacionista sanitário e fitossanitário já existente, que data do início dos anos 40, numa relação público e privado, tendo à frente o Ministério da Agricultura e do Abastecimento e o Ministério da Saúde, com a responsabilidade pelas execuções e pela aplicação às Unidades da Federação e, representando os interesses privados, as Associações de Produtores e Técnicos do Setor. Sem negar a amplitude desse arcabouço atualizado, optou-se por apresentar aqui a parte histórica estritamente relacionada às questões da qualidade das frutas frescas.

Em 1975, o Presidente da República e o Congresso Nacional assinaram a Lei de Nº 6305 de 15 de dezembro de 1975, para efeito da classificação de frutas para a comercialização interna, que determina as qualidades intrínsecas e extrínsecas do produto, com base em padrões oficiais, físicos ou descritos. Regulamentada pelo Decreto 82.110 de 14 de dezembro de 1978, teve seus procedimentos viabilizados mediante convênios celebrados com os Estados, Territórios e Distrito Federal.

As especificações relativas ao peso, dimensão, volume, normas de rotulagem, condições de embalagens dos produtos cabem ao Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – INMETRO nos termos da legislação institucional.

Por outro lado, compete à Secretaria Nacional de Abastecimento – SNAB o estabelecimento de padrões detalhando a classificação em categorias, grupos, classe dos frutos em função dos aspectos fisiológicos, (características organolépticas) e dos aspectos de qualidade, servindo como norteadores aos classificadores, assim como a emissão do certificado de produto oficialmente classificado.

Para as frutas destinadas ao mercado estrangeiro, o processo de classificação e outros requisitos para exportação têm na Resolução 160/88 – CODEX, DOU de 08/07/88 sua base de regulação, cabendo ao Conselho Nacional do Comércio Estrangeiro – CONCEX sua aplicação.

A Portaria de Nº 644/95 – MAARA, DOU de 10/10/95, institui a revisão dos aspectos fitossanitários para frutas – com a implantação do Regime de Verificação e Certificação em Pontos de Origem e Destino – RVD, facilitando a comercialização nos pontos de fronteiras do mercado. Este regime tem como finalidade harmonizar os dispositivos da legislação sanitária e fitossanitária para as frutas no tocante aos países do Mercosul quando a permissividade de resíduos agrotóxicos é estabelecida.

Considerando que a atual preocupação brasileira para o setor agrícola em incorporar questões de desenvolvimento está aliada aos aspectos fitossanitários, à preservação ambiental e à competitividade de segmentos específicos, faz-se oportuno os requisitos estabelecidos pela Portaria 186/96 – MAARA, DOU de 25/03/96 que, levando em conta os serviços federais de proteção vegetal, respectivamente no Brasil e nos Estados Unidos da América, aplicam o estilo conjunto das exigências fitossanitárias aos dois países que subscrevem o acordo sobre Medidas Sanitárias e Fitossanitárias da Organização Mundial do Comércio – OMC. Esse estilo tem respaldo na cooperação técnica do

USDA/APHIS ao DDIV – MAARA/BR, fortemente utilizada nas áreas produtoras de manga dos pólos irrigados do Nordeste, com destino ao mercado americano.

Um dos focos dessa atualização diz respeito aos requisitos para regulamentar as áreas livres da mosca das frutas, fator restritivo às exportações de frutas tropicais. Como dispositivo regulador, a Portaria Nº 158/97 – MAARA, DOU de 14/04/97, considerando o Decreto de Nº 30 de 16 de dezembro de 1994, o Decreto de Nº 1355 de 30 de dezembro de 1994 – MAARA, DOU de 15/01/95, que aprova o Ato Final da Rodada do Uruguai de Negócio Multilateral do GATT e os Acordos Sanitários e Fitossanitários, firmados entre o Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai, estabelece os requisitos e normas para definição e delimitação de Áreas livres de Mosca das Frutas – ALMF.

A Portaria Nº 192, de 06 de novembro de 1998, DOU de 12/11/98, consolida esta preocupação ao instituir o Certificado de Inspeção Federal de Produto Vegetal – CIV para os pomares e *packing house* que se destinam à produção comercial de frutas frescas, tanto para mercado interno como externo. O registro para efeito deste certificado será feito em livro próprio com informações atualizadas sobre o monitoramento e inspeção de uma Comissão constituída por técnicos e produtores sob a tutela da Delegacia Federal da Agricultura daquela Unidade da Federação.

Os pomares registrados e os respectivos packing houses deverão observar, além do controle fitossanitário, os índices quanto a resíduos nos frutos de agrotóxicos e contaminantes que forem estabelecidos pelo Ministério da Saúde e, na falta desses, os da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação – FAO, publicados pelo CODEX Alimentarius.

Iniciativas da Associação dos Produtores de Mamão do Estado do Espírito Santo, da Associação dos Produtores de Melão do Vale do Açu – Rio Grande do Norte e da VALEXPORT, particularmente para os produtores exportadores de manga, ilustram a aplicação desses procedimentos com resultados positivos na aceitação do CIV pelo mercado internacional.

Por meio da legislação aplicada às frutas, mesmo numa situação atualizada, percebe-se a ligação com os dispositivos estabelecidos pelo Decreto-Lei 986 de 21 de dezembro de 1969, DOU de 21/12/69, sobre os aspectos gerais para frutas e derivados, tratando a defesa e a proteção da saúde individual ou coletiva no tocante aos alimentos, desde sua obtenção até o seu consumo regulado em território nacional, cabendo a inspeção, o controle e o registro ao Ministério da Saúde.

Por outro lado, a generalizada adoção de práticas e processos de padronização e classificação de produtos, bem como de embalagens adequadas à perfeita conservação das mercadorias em dimensão paletizável e preferencialmente confeccionadas em material descartável e reciclável, adaptadas, portanto às modernas técnicas e necessidade da logística da comercialização, repercutiu no setor de hortifruti a partir de iniciativas associativas do público e do privado, de modo a implementar programas com finalidades de rever e/ou propor a utilização de novas regras e normas, permitindo total

transparência durante o fluxo de escoamento desses produtos, inclusive com o envolvimento direto dos produtores que seguem esses dispositivos ainda no campo.

Contudo, a base de revisão tem nos dispositivos de regulamentação por produto o seu eixo fundamental. Neste ponto cabe aqui a apresentação daqueles estabelecidos para as frutas consideradas representativas neste trabalho - abacaxi, manga, mamão, uva, banana e melão - que formam a maior parte de produção e exportação nos pólos irrigados do Nordeste.

No tocante aos aspectos de classificação, padronização e fiscalização do abacaxi para exportação, a Portaria de Nº 10.008/59 MA, DOU de 12/10/59, considerando o Decreto Nº 1677 DOU de 19/08/41, estabelece as especificações para os critérios intrínsecos e extrínsecos no tocante aos padrões de qualidade. Atualmente esses critérios de classificação, separação dos frutos em lotes homogêneos por cor da casca e da polpa, tamanho e qualidade, numa iniciativa de unificar a linguagem do mercado e de toda cadeia de produção, envolvendo produtores, atacadistas, industriais, varejistas, consumidores e todos aqueles relacionados com a produção e comercialização de abacaxi, fazem parte de um programa de adesão voluntária inserido no Programa Brasileiro para a melhoria dos Padrões Comerciais e Embalagens de Hortigranjeiros, numa iniciativa pioneira da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, lançado em 1997.

Neste ímpeto, com base no Decreto 24.114 de 12 de abril de 1934, a Portaria de Nº 131/97 MAA, DOU de 18/04/97, atualiza os requisitos para os aspectos fitossanitários do abacaxi, inclusive estabelecendo o *standard*, os requisitos de distribuição e os padrões de qualidade para serem aplicados aos estados membros do Mercosul e com terceiros estados.

Para a banana, as normas a serem observadas na padronização, classificação, embalagem e apresentação dos frutos constam da Portaria de Nº 126 de 15 de maio de 1981. Para efeito da aplicação desse dispositivo, a banana para consumo *in natura* será classificada em grupos e tipos de acordo com a variedade a que pertence. Por outro lado, as especificidades fitossanitárias que envolvem o cultivo da banana no país (particularmente em função das variedades mais cultivadas e das condições agroclimáticas de algumas regiões), tem exigido uma regulamentação específica para a erradicação de doenças e controle de pragas, que por fim se voltam às barreiras comerciais e aos aspectos de qualidade, estabelecidas nas Portarias de Nº 828/79 MAA, DOU de 14/11/79; Nº 74/93 MAA, DOU de 03/08/93, que, entre outros pontos, regulamentam os critérios para “Permissão de Trânsito”, emitida por Técnicos Certificadores Credenciados nas Delegacias Federais do Ministério da Agricultura.

Como fruto de grande volume de produção e comercialização no país, a banana também faz parte do Programa de Adesão Voluntária nos parâmetros acima descritos, tendo o processo de classificação estabelecido por Grupo Cavendish (nanica, nanicão e *gran naine*).

O mamão, também conhecido como papaya, fruto com escala comercial em crescimento, no mercado interno através das grandes redes de supermercados onde se pode

observar frutos em até três padrões - frutos embalados em caixa de papelão e de tamanho homogêneo, com cinco frutos por caixa, com coloração amarelo firme; frutos de tamanho padronizado portando selo comercial, mas destinado à venda a vulso; frutos heterogêneos em tamanho, coloração e variedades considerados de qualidade inferior e sem portar selo comercial. Tem se apresentado como um produto agrícola de grande perspectiva no comércio internacional, recebendo incentivos de programas específicos que abrangem da produção a comercialização, particularmente aos aspectos fitossanitários.

Os aspectos fitossanitários e padrões de qualidade para o mamão são estabelecidos pela Portaria de Nº 175/94 SAD-MA, DOU de 12/10/94. Iniciativas e solicitações da Associação de Produtores e de Empresas Exportadoras de Mamão do Estado do Espírito Santo, serviram de base para a implementação desses dispositivos e para o estabelecimento de Áreas Livres da Mosca das Frutas – ALMF no Estado, o que tem resultado em vantagens competitivas para a exportação desse fruto com destino ao mercado americano e europeu, exemplo da Marca Golden Caliman líder na exportação de mamão brasileiro.

A manga, com tendência crescente no que diz respeito à aceitação comercial, seja no mercado interno como externo, tem o instrutivo para orientar o produtor sobre os parâmetros de classificação e padronização, bem como os padrões de qualidade, estabelecidos pela Portaria de Nº 92/77 MA, DOU de 14/03/77. Porém, procurando desenvolver um padrão de qualidade regional, voltado essencialmente para o mercado internacional, diminuindo a divergência de nomenclaturas que prejudicam o produtor e atrapalham o mercado, foi elaborado mediante esforço conjunto de produtores, técnicos e comerciantes, de forma a atender as necessidades do mercado, um documento instrutivo de natureza voluntária, com a difusão a cargo do Sistema de Comercialização do Vale do São Francisco – SIC-VALE, para as variedades mais cultivadas na região Nordeste, a Tommy Atkins e a Haden.

A uva, particularmente a “uva de mesa” tem seu cultivo e comercialização nos pólos irrigados do Nordeste fortalecido a partir do anos 90, embora o Brasil já produzisse e comercializasse a uva para consumo *in natura* originária de outras regiões. O Ministério da Agricultura, através da Portaria Nº 1.012/78, DOU de 22/11/78, estabelece as normas a serem observadas na classificação, padronização, embalagens e padrões de qualidade da uva, destinada ao consumo *in natura* e ao processo industrial. Os aspectos fitossanitários são estabelecidos pela Portaria Nº 643/95 MAA, DOU de 10/10/95. Sendo este produto de grande influencia na pauta comercial do Brasil com os países do Cone Sul, a harmonização dos requisitos quarentenários para o Mercosul tem sua regulamentação nessa Portaria, inicialmente tratados na Resolução 55/93 do COSAVE, considerando que é necessário dispor de requisitos harmônicos para serem aplicados ao comércio desse produto, entre países-membros e terceiros países.

A importância da produção de “uva de mesa”, ou seja, para o consumo *in natura* na região Nordeste, particularmente no Vale do São Francisco, Pólos Petrolina-PE e Juazeiro-BA, levou os produtores, técnicos e comerciantes de uva na região a criarem também um instrutivo para orientar sobre os parâmetros de classificação e padronização da

uva, procurando desenvolver um padrão de qualidade regional, voltado para um mercado exigente e competitivo.

O melão, dentre as outras culturas, tem despertado atenção comercial nas áreas produtoras, inclusive com perspectiva de expansão de áreas produtoras a partir de organização de pequenos produtores, inserindo-se no mercado externo em condições de concorrência ao produto das agroexportadoras. A região Nordeste, como principal produtor no país, assume uma posição de destaque nas iniciativas que têm por objetivo instruir regras e normas de classificação, padronização e indicadores de qualidade dos frutos. Os requisitos básicos para esse fim, foram estabelecidos pela Portaria N° 146/97 MAA, DOU de 18/04/97, considerando o Tratado de Assunção, o Protocolo de Ouro Preto, Decisão 6/96, sobre a disposição de requerimentos harmonizados para produto vegetal, aplicados aos países - membros do Mercosul e terceiros países.

Observando as restrições do mercado internacional, no que diz respeito aos aspectos fitossanitários e de qualidade, as empresas líderes na produção e exportação de melão da Região Nordeste investiram seus esforços no sentido de delimitar Áreas Livres da Mosca das Frutas – ALMF, concomitantemente com um trabalho intensivo de P&D na obtenção e cultivo de novas variedades, dentro dos padrões internacionais, espelhados na capacidade competitiva do melão espanhol, principal concorrente no mercado europeu.

A necessidade de o Brasil tratar essa legislação com regras atualizadas e rigorosas frente às mudanças do mercado internacional desses produtos e colocar os produtores mais próximos desses problemas vem a exigir uma reestruturação do setor público que determina tais dispositivos, seja por meio da disponibilização e qualificação dos recursos humanos atuantes na implementação e aplicações dos mesmos, seja pela criação de mecanismos institucionais ágeis e adequados a uma parceria com o setor privado, com vista à criação de condições que possam responder melhor e mais rapidamente às demandas dos mercados.

Um ponto que deverá ser levado em consideração como complemento dessas abordagens, em nível internacional, é o rigor e o detalhe dos dispositivos regulacionistas nos principais mercados importadores de frutas frescas brasileiras (mercado americano, mercado europeu e o mercado japonês), onde as barreiras técnicas, sanitárias e fitossanitárias às importações de frutas frescas do Brasil são consideradas como forte entrave na expansão ou até mesmo na inserção naqueles mercados.

A tendência à implementação de políticas de harmonização das regulamentações dos diferentes blocos regionais fortalece esse rigor no tratamento dessas questões podendo até prevalecer o direcionamento da legislação protecionista ao mercado intrabloco, uma vez que maior esforço em relação à melhoria da qualidade e segurança do ponto de vista humano e ambiental passa a ser tratado de forma estratégica.

Neste contexto, percebe-se que a intervenção governamental, por meio do estabelecimento de legislação e das iniciativas e apoios adotados para sua implementação, têm efeito relevante, quanto ao ajustamento da fruticultura naqueles pólos por parte das

empresas agroexportadoras e dos produtores, em torno das exigências do mercado internacional.

3.5.2-Na União Européia

A autenticação do controle efetuado para definição da qualidade das frutas na Comunidade Européia resulta, de um modo geral da interação de dois organismos: um organismo certificador da qualidade no momento da expedição e eventualmente das condições de produção constituídas de uma marca coletiva; e um organismo verificador da atividade do organismo de certificação que estabelece a validade das operações de controle, com a autenticação assegurada, entre a expedição e a venda no varejo.

Esse controle tem por objeto assegurar que as regras de normalização comuns ou particulares ao organismo certificador respondem aos critérios mínimos exigidos, relacionados à classificação, aos aspectos fitossanitários e aos aspectos intrínsecos e extrínsecos de qualidade.

Os diferentes controles correspondem às observações que se fazem sobre os regulamentos relativos a medidas de aplicação das normas comuns de qualidade para frutas e produtos hortícolas impostas pelo Conselho das Comunidades Européias, tendo em conta o Tratado que institui a Comunidade Econômica Européia.

A comercialização exerce uma função primordial *vis-à-vis* a produção de frutas e legumes de qualidade definida nesse mercado. Os problemas de identificação do produto e sua proteção legal, sendo essa proteção estendida aos consumidores, são tratados sob o estabelecimento de regras e normas comuns por meio de regimes e diretivas instituídos pelos países - membros, não impedindo que se aplique uma regulamentação específica em um dado país - membro, quando for o caso.

Com o advento da reforma da Política Agrícola Comum – PAC, a partir de 1992, com a reformulação da Organização Comum de Mercado para frutas e legumes – OCM, os regulamentos aplicados às frutas e legumes foram revistos e atualizados.

Numa perspectiva de fazer um paralelo entre a regulamentação européia para frutas e a brasileira, embora numa visão geral, apresenta-se nesse item do trabalho um histórico dos dispositivos mais atuais estabelecidos pelo Conselho das Comunidades Européias.

Denominados de regulamento ou diretiva, esses dispositivos têm abrangências ao mercado comum europeu e terceiros países e embora estabelecidos pelo Conselho das Comunidades Européias, a autonomia de cada estado – membro é mantida no que diz respeito às questões específicas de fitossanidade e aspectos ambientais. A participação dos segmentos interprofissionais é considerada ativa, quando observamos o caso específico das frutas destaque deverá ser feito para a Organização Comum de Mercado - OCM e para o Centro Técnico de Frutas Legumes – CTFL, que além de fazer parte do processo no estabelecimento da regulação oficial em alguns caso estabelecem normas de qualidade e fitossanitárias de caráter organizacional privado.

Nesse processo, o regulamento (CEE) N° 3650/90 do Conselho das Comunidades Europeias de 11 de Dezembro de 1990, relativo a medidas de reforço da aplicação das normas comuns de qualidade para as frutas e produtos hortícolas em países - membros, considerando que os mecanismos introduzidos no sector das frutas e produtos hortícolas em matéria de normalização não podem ser aplicados de modo a atingir a realização completa dos objetivos e o bom funcionamento de mercado no sector das frutas e produtos hortícolas, tais como previstos pelo Regulamento (CEE) n° 1035/72 do Conselho, de 18 de Maio de 1972, que estabelece a Organização Comum de Mercado no Sector das Frutas e Produtos Hortícolas OCMFL, assegura a divulgação das normas comuns de qualidade e a organização de uma entidade de controle no sector das frutas e produtos hortícolas, bem como reforça o controle da observância das citadas normas para as frutas e produtos hortícolas frescos: comercializados na Comunidade; importados dos Países terceiros ou exportados para os mesmos; retirados do mercado; entregues às indústrias de transformação quando essas normas sejam aplicáveis.

Considerando que, nos termos do Regulamento (CEE) N° 1035/72, é necessário verificar, por meio de um controle de conformidade realizado por sondagem, se as frutas e produtos hortícolas para os quais existem normas de qualidade correspondem de fato a essas normas, o método de controle a adotar deve ser sempre o mesmo para todas as etapas, em princípio, qualquer lote de mercadorias pode ser objeto de controle conveniente por definir as condições em que será recusada a conformidade.

O serviço de controle quer no local de exportação quer na chegada, que parece, por conseguinte, ser aconselhável para uma boa gestão administrativa e comercial, prevê que as autoridades competentes dos países terceiros possam, a seu pedido, ter aprovadas suas transações comerciais, desde que cumpram determinadas exigências impostas por estados-membros no que diz respeito ao controle de conformidade previsto.

Caso uma organização de produtores, ou uma associação de organizações de produtores que tenha adotado as mesmas regras, operando numa determinada circunscrição econômica, seja considerada, relativamente a um dado produto, representativa da produção e dos produtores dessa circunscrição, o estado-membro em causa pode, a pedido dessa organização ou associação, tornar obrigatórias, para os produtores estabelecidos na circunscrição e que não sejam membros de nenhuma das organizações supracitadas: as regras referidas e/ou as regras adaptadas para o controle de qualidade dos produtos.

Por outro lado, o regime de comércio com os países terceiros institui que todas as importações para a Comunidade ou exportações a partir da Comunidade de frutas e legumes estão sujeitas à apresentação de um certificado de importação ou de exportação. O certificado é emitido pelos estados-membros, a pedido do interessado, seja qual for o local do seu estabelecimento na Comunidade, sem prejuízo das disposições tomadas em aplicação desse regimento. O certificado é válido em toda a Comunidade. A sua emissão pode estar subordinada à constituição de uma garantia que cubra o compromisso de importar ou exportar durante o período de validade do certificado; salvo caso de força maior, a garantia fica perdida na totalidade ou em parte se a operação não for realizada nesse período ou se apenas o for parcialmente.

A fim de dar cumprimento ao disposto nesse regimento, é criado um corpo de controladores específicos para o mercado das frutas e produtos hortícolas, constituído por funcionários da Comissão com os conhecimentos técnicos, qualificação e experiência adequada ao exercício das suas funções e, eventualmente, por agentes designados a pedido da Comissão e com o acordo do estado-membro em causa.

Neste ponto, o Regulamento (CEE) N° 1093/97, de 16 de junho de 1997, estabelece normas de comercialização aplicáveis a um grupo específico de frutas, entre elas melões, melancias e outras, tendo por base o Regulamento (CE) N° 2200/96, que enumera as normas adotadas na comercialização destes produtos, recomendadas pela Comissão Económica para a Europa das Nações Unidas.

Essas normas são aplicáveis a todos os estágios de comercialização estabelecendo parâmetros: qual a modalidade do transporte para grandes distâncias; o processo de armazenagem por uma determinada duração ou as diferentes manipulações a que os produtos são submetidos e que podem provocar determinadas alterações devidas à evolução biológica dos produtos ou ao seu carácter mais ou menos deteriorável; os cuidados técnicos e fitossanitários necessários em relação a estas alterações para a aplicação das normas nos estágios de comercialização posteriores ao estágio de expedição.

O conjunto de normas tem por objetivo definir as qualidades que este grupo de frutas deve apresentar após acondicionamento e embalagem, as características mínimas em todas as categorias, considerando as disposições especiais previstas para cada categoria e as tolerâncias admitidas em relação aos aspectos fitossanitários, de classificação, de padronização, de embalagem, de disposição relativa à calibragem, à marcação, à rotulagem e à origem.

Numa espécie de monitoria ao conjunto de normas observa-se o papel do Serviço de Representação das Fraudes e do Controle, em alguns países europeus vinculado a instituições governamentais, particularmente na França, onde o Ministério da Agricultura e o Instituto de Pesquisa de Frutas e Legumes-ICFL, com sede em Paris, exercem tais atividades em colaboração com o Comitê Interprofissional do produto e realizam uma adequação aos critérios difundidos no âmbito dos países - membros da OCDE que no nível do mercado da União Europeia, servem de parâmetros, inclusive para frutas tropicais e subtropicais como a manga, o abacaxi, a banana, o abacate entre outros.

O funcionamento do regime comercial para as importações extra Comunidade Europeia de frutas frescas é bastante complexo. O documento básico para esse setor é o Regulamento 1035/72 que cria a Organização Comum de Mercado do setor de frutas e legumes, fundamentada em cinco disposições internas: a) a normalização obrigatória dos produtos; b) a ação de organizações de produtores; c) o regime de preços e intervenções; d) o regime de intercâmbio com terceiros países; e) o regime particular para os citros.

A política de normas de qualidade a cargo dessa Organização repousa sobre três elementos: i) a definição de certas características mensuráveis; ii) a etiquetagem de

todos os produtos, de modo a fornecer informações aos consumidores como sinal de qualidade; iii) e a possibilidade de efetuar controles sistemáticos. Essa política encontra reforço na organização da produção e nos agrupamentos de produtores, ainda na primeira etapa de expedição dos produtos.

Das recomendações formuladas para as frutas, no que concerne à questão da harmonização da classificação e da padronização, toma em consideração os acordos internacionais no quadro da Comissão Econômica Européia que, por meio de seu Conselho, busca instituir um Regime Internacional de Normas às Frutas e Legumes caracterizando-se pelo fato de apresentar indistintamente a todos países exportadores e/ou importadores, membros ou não membros da Organização, uma linguagem comum, sem qualquer equívoco dos organismos de controle de cada nação.

Por sua parte, os dispositivos de normalização sobre os produtos hortifrutos comercializados na UE se farão sentir desde a chegada em algum porto ou plataforma de exportação/importação europeu. A partir desse ponto, deverá ser posta em prática uma única norma comunitária referente aos critérios de qualidade, assim como fitossanitários e resíduos toleráveis. Porém, a negligência na realização do controle ou na aplicação da normalização sob orientação dessa Organização mostrou a necessidade de uma reforma, fato ocorrido em 1996, que se inscreve no Projeto de Reforma da PAC, dando a OCM um caráter mais voltado para o mercado e para as medidas de proteção ambiental.

Este caráter resultou na ação de controle direto nas áreas produtivas, numa situação de pré-colheita e pós-colheita, condicionando os frutos ao controle posterior no ato da entrada desses no mercado, sob três pontos fundamentais: a homologação dos produtos no mercado; os limites máximos de resíduos de pesticidas(LMR) e a aplicação de produtos fitossanitários, imposto pela Diretiva 91/414 CEE (25 de julho de 1993).

Com efeito, as fórmulas, ditas de “inspeção a chegada e/ou desembarque” relativas ao controle das frutas e legumes importados de países não membros, operam com suporte no Regime No. 80/63 revisto em 1973, cujo principal objeto é reforçar o elemento confiança ao país exportador e o controle sobre o estado do produto, que consiste somente nos defeitos ditos evolutivos, partindo-se do suposto que na expedição o produto passou por um processo de controle e certificação.

Contudo, os produtos importados pelo mercado da União Européia deverão vir com certificado fitossanitário emitido pelo serviço de inspeção alimentar do país exportador. O certificado deverá conter informações como: número do lote, nome do produto, variedade, peso líquido, categoria, país de origem e o código de autorização de partida, conforme as normas da alfândega européia (CFCE, 1994).

Dentro dessa ótica, comissões de controle de qualidade com participação de sindicatos interprofissionais, formadas para verificar nas frutas os resíduos de materiais ativos não utilizados na Europa. O principal objetivo é fazer com que frutas importadas extra comunidade, sejam submetidas à mesma legislação dos produtos europeus em matéria de tolerância de resíduos sanitários, cuja arbitragem dá como fortes barreiras às

importações, sobretudo nos países do mediterrâneo como Espanha, Itália, Portugal e França.

Essas barreiras de controle na Comunidade representaram entre abril de 1994 e março de 1995, segundo GOBURDHUM e RAJMUN (1997), um total de 123 interdições à entrada de cargas de frutas frescas de países terceiros, das quais 23% devido a problemas fitossanitários.

A França liderou as interdições, o que representa a rigidez do processo de controle e inspeção, bem como o avanço de todo o conjunto de normas e ações relativas à qualidade destes produtos naquele país, seguido da Inglaterra, Holanda, Alemanha e Espanha. Nessa mesma balada, importadores europeus têm reclamado o recebimento de frutas brasileiras com resíduos de pesticidas acima dos níveis permitidos pela legislação local. Neste caso, o exportador que manda o produto fica em observação e se repetir à prática terá que assumir os custos da destruição da carga ou de sua remoção do território europeu.

Na ótica dos países exportadores de frutas tropicais para esse mercado, na sua maioria países em desenvolvimento, fora do contexto comum europeu, tais procedimentos, porém, incorre o risco de permissão de manobras, apesar do acordo sanitário-fitosanitário do GATT, definir que à adesão de medidas de proteção que venham a interferir no comércio internacional, só se justificar quando voltadas para a preservação e controle do meio ambiente, da saúde e da vida humana, desde que possam ser comprovadas cientificamente.

3.6– A convergência dos atores nos mercados: questões em jogo e fundamentos

Na dinâmica da regulamentação e possibilidade de uma convenção da fruticultura, numa relação Brasil – União Européia, discutida no item anterior, a questão central é: como a inovação tecnológica, a coordenação e a cooperação participam da construção da qualidade agroalimentar num contexto caracterizado pela convergência dos atores nos mercados? Que relações têm a mudança regulamentadora ou uma nova normalização da qualidade com a organização dos atores e dos mercados?

A primeira forma de abordar essas questões surge no processo de observação e análise do desenvolvimento das ações ligadas à produção e às transações comerciais (segmento comercial), como um ajustamento dessas às exigências do mercado no seio de um dispositivo institucional definido como estável. A segunda, embora parcial, levará em conta as negociações/compromissos entre o Estado e os atores representantes do setor, pois os dispositivos indutores de construção de qualidade: regulação, convenção e inovações - aliam-se no tempo.

Sobre a primeira forma, o modelo se organiza pela interpretação do processo de produção e do segmento comercial, *vis a vis* um encadeamento das ações que se

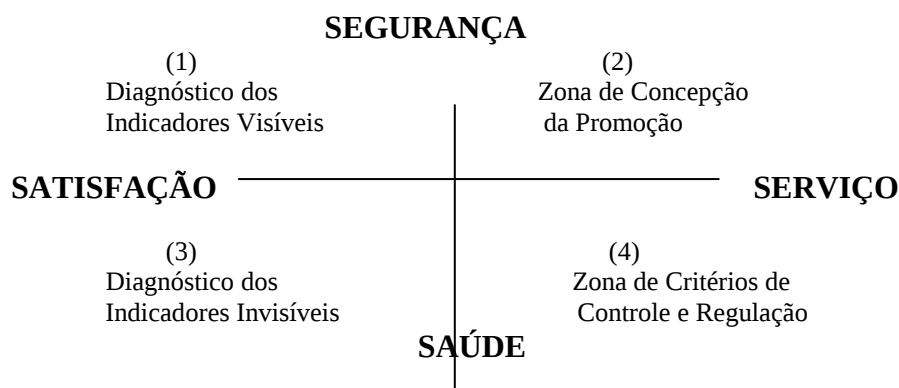
fundem sobre as possibilidades de criação de uma marca de qualidade de frutas frescas, concernente às ações dos atores locais articuladas às ações de atores internacionais, tendo nos componentes comerciais e nas atitudes defronte o dispositivo institucional a possibilidade de surgir uma regulação autônoma da qualidade entendida como auto-regulação.

Em relação à segunda forma, o dispositivo institucional existente corresponde às regras, normas e acordos que se impõem *ex-ante* e *ex-post* à colheita dos frutos, numa interpretação da regulação de conformidade e/ou de fraudes entendida como regulação de controle precedente do papel do Estado. Este dispositivo se impõe sobre os atores como mecanismo de punição e respeito, entretanto, partindo-se da relação indivíduo-instituição, a utilidade do mesmo pode constituir-se em uma referência exógena (se advém do mercado externo) mobilizável por se coordenar ou se limitar às transações. Em conformidade, se sua adoção é necessária o reconhecimento comum dos atores do setor torna-se relevante; se tais dispositivos contribuem para a construção de uma ordem setorial, a atitude de reconhecimento e aprendizagem do mesmo é a mais relevante.

O prolongamento dessa combinação permite compreender como um setor, uma região, um sistema produtivo localizado (no caso a fruticultura irrigada da região Nordeste) interage com a evolução dos mercados, na construção da qualidade dos frutos, como vantagem competitiva construída no centro de uma convergência dos atores e das especificidades da produção regional, como processo de reconversão deste sistema agroindustrial.

Podemos dizer, assim, que essa vantagem é construída em duas dimensões, atores e especificidades, que convergem no contexto das tendências de mercados no sentido de dinamizar a construção da qualidade sobre quatro planos complementares: qualidade compreendida com base na segurança e na saúde (pública e/ou individual); e qualidade compreendida e baseada na agregação de serviços e na satisfação de consumo, conforme podemos ver na Figura 1.

Figura 1. Compreensão da dinâmica econômica da qualidade baseada na convergência dos atores e das especificidades nos mercados.



A composição dos planos (1) e (2) exprime uma compreensão da qualidade do alimento, valendo-se de critérios visíveis, concernentes essencialmente às ações do produtor, do industrial e do consumidor em relação à percepção visual do produto. Esses critérios são objeto principal, do debate da promoção de qualidade centrado na satisfação e nos serviços integrados à segurança do consumo. Representam planos de competitividade que levam em conta o impacto social e estrutural, zona de maior liberdade onde as intervenções objetivam fazer valer as diferenças significativas, tendo nas especificidades do produto e/ou serviço o terreno principal da convergência.

Na composição dos planos (3) e (4) figuram características invisíveis do produto, que dizem respeito às propriedades de satisfação e serviços integrados à saúde pública e individual. Relevando principalmente a zona preservada à ação do Estado, aos contratos que representam poder de controle e que podem constituir meios de eficácia de defesa ou de penetração de certos mercados, pela conquista da qualidade percebida superior em relação ao concorrente.

Assim, embora seja necessário estabelecer importantes diferenças entre a qualidade de percepção e a qualidade de conformidade, as questões em jogo são as mesmas: identificar a dimensão competitiva da qualidade, seu processo de formação e seu grau de reputação pelo consumidor.

Esta figura ajuda a entender as tendências ou as contradições que se expressam nas exigências quanto à qualidade intrínseca (indicadores visíveis), ou as transformações dos sistemas de produção ou de organização que integram a qualidade extrínseca (indicadores invisíveis), sob a disponibilidade de informações múltiplas dos produtos e que se refletem no grau de confiança dos consumidores, caracterizando dessa forma a integração da concorrência em qualidade agroalimentar à teoria econômica, tese defendida por NICOLAS & VALCESCHINI (1995: 25) e que é transcrita abaixo:

Les relations entre acteurs économiques au sein des marchés sont faites de coordination, mais aussi de concurrence. Si la maîtrise de la qualité s'appuie sur de nouveaux modes de coordination, la compétition par la qualité génère sur les marchés de nouvelles règles concurrentielles, marquées par la généralisation des stratégies de différentiation dans le secteur alimentaire et par leur extension à l'agriculture. Qualité est ici associée à rareté et à particularité, à petite série et à créneau commercial, à rente de marché et à prix élevé.⁴¹

A análise da concorrência em qualidade à luz da teoria econômica desloca as discussões de uma situação de concorrência perfeita, verificada pela homogeneidade dos produtos e atômidade da oferta, para uma situação de concorrência imperfeita, na qual os agentes de mercados devem se afrontar pela incerteza ligada a uma informação ausente ou

⁴¹ Com essa tese os autores também oferecem a possibilidade de se discutir a construção da qualidade agroalimentar a partir da idéia complementar dos custos de transação a abordagem das convenções.

incompleta (presença de simetria) e o produto não podem ser definido independente das transações (Chevassus-Lozza, 1995).

As empresas definem suas estratégias de concorrência em qualidade no centro das performances de mercados distinguidas sob dois pontos de vista: um sem as amarras do controle centralizado ou estatizado em que prevalece o espírito cooperativo e de coordenação entre os atores (VALEXPORT – Brasil e OCM – União Européia, por exemplo); e outro centralizado sob a imposição das condições de produção e comercialização ao longo da cadeia, por meio da ação predominante do público, desempenhada pelo Estado, ou pela ação do privado, que assume categoria de reguladora ou normalizadora, sobretudo em termos de atuação no mercado externo de alimentos (Ministério da Agricultura – Brasil e Conselho das Comunidades Européias – na Europa).

O grau de convergência desses dois pontos de vista induz a uma distinção dessas performances (por exemplo, em matéria de meio ambiente, de higiene, de segurança alimentar, de processo de desenvolvimento) quando referidas à estrutura de mercado⁴² baseadas nas seguintes considerações: ausência da qualidade como medida de performance habitual; exigências dos consumidores mediante as funções da oferta e da demanda; dimensões da qualidade tanto do ponto de vista dos consumidores quanto dos produtores; e a demanda das especificidades, em efeito, refletida nas modalidades de inserção competitiva dos produtos nos mercados.

Por conseguinte, o processo de convergência em destaque, tem como dois os elementos que a caracterizam. O primeiro elemento se refere ao tipo de produto e aos aspectos a ele ligados, partindo do ponto no qual os produtos não são rigorosamente homogêneos. Os aspectos de diferenciação ou de heterogeneidade existem ou podem existir em razão de especificidades técnicas (de forma que nas frutas frescas caracterizam-se pelo gosto, textura, cor, odor, peso, perecibilidade etc.), ou em razão de diferenças de qualidade das matérias-primas ou de materiais utilizados (mudas selecionadas e insumos etc.).

O segundo elemento é a modalidade de enfrentamento às barreiras comerciais, levando os atores a desenvolverem alianças em busca de harmonização recíproca por causa da grande incerteza que pesa sobre aqueles que decidem enfrentar tais barreiras de forma individual (acordos e convênios com objetivos de reduzir as disparidades fitossanitárias).

Trata-se de mostrar que a configuração que pode decorrer da convergência dos atores nos mercados, em relação à qualidade agroalimentar, particularmente das frutas

⁴² Neste ponto, ao entrarmos na discussão dos argumentos de Bandt, torna-se importante precisar o significado dado ao termo “*estrutura de mercado*”, e apontar os elementos que o compõem, bem como identificar estratégias empresariais. Preliminarmente, abandonamos a distinção entre indústria e mercado e, com base na indicação de POSSAS (1985: 98-99, 175-176), passamos a considerar as duas noções no conceito mais amplo de estruturas de mercado. Para tanto, a idéia de mercado é redefinida, passando a abranger a estrutura de tamanho e concentração técnica de produção, bem como a competição intercapitalista. Enquanto “*locus*” desta competição, o mercado não se restringe onde circulam as mercadorias ou onde a oferta e a demanda se interceptam.

frescas do Nordeste é, portanto, estratégica, na medida em que os atores (empresas agroexportadoras) integradores de inovações de produto e de serviço destinado a esse mercado, reduzem discriminação pelas regulamentações e adquirem uma certa competência competitiva.

Enfim, a qualidade das frutas frescas que está sendo construída nos pólos irrigados do Nordeste, com destino ao mercado europeu, reflete um processo de convergência de inovação tecnológica e de organização. Contudo, este processo é bem concentrado e permite formas variadas de aproximação entre atores, caracterizadas pela escala de produção e disponibilidades de recursos.

CAPÍTULO IV, SINAIS DE QUALIDADE: INSTRUMENTOS ECONÔMICOS APLICADOS À COMPETITIVIDADE

Este capítulo abordará os “**sinais de qualidade**”⁴³ com o objetivo de mostrar que a qualidade agroalimentar não se restringe às características intrínsecas dos alimentos. Apesar de estas serem importantes na escolha tão complexa e heterogênea dos alimentos, os sinais de qualidade possibilitam a formação de hábitos alimentares, muitas vezes relacionados às crenças que foram construídas, as quais nem sempre estão de acordo com a ciência ou a razão.

A possibilidade desta formação é explicada pela percepção do sinal de qualidade como ato social – satisfação – ou como ato biológico – conformidade – sob a incorporação de um fluxo de informações referentes ao produto funcionando como instrumentos que agregam valor econômico ao mesmo.

4.1 – Delimitação

Na contextualização da qualidade agroalimentar, capítulo inicial deste trabalho, percebeu-se que, do ponto de vista socioeconômico, a percepção e a funcionalidade das estratégias para competir em qualidade incorporam cada vez mais informações referentes ao produto e ao processo de produção.

Essas informações, entendidas no fluxo entre os elos da cadeia produtiva, retratam desde ingredientes, substâncias e processos que podem acarretar perigo para saúde humana, nem sempre visualizados externamente em um alimento, mas que dizem respeito à segurança do consumidor, até indicadores de origem, validade, reputação do fornecedor, isenção de aditivos e agroquímicos e aspectos que caracterizam o sistema de produção e sua relação com o meio ambiente, na intenção de diferenciar o produto, atingir novos mercados e aumentar o valor do produto.

Entretanto, as particularidades dos produtos agroalimentares acarretam situações heterogêneas no tocante a definição e/ou construção dessas informações. A necessidade de metodologia apropriada, laboratórios especializados e regulação específica, inserida nos momentos correspondentes à situação *ex-ante* e *ex-post* à colheita ou ao ponto

⁴³ Na denominação “sinal de qualidade” a palavra sinal é tomada no seu significado amplo (do latim *signalis*) para manifestar uma marca, um vestígio, um indício numa demonstração ou prova objetiva com fins de constatação. Peri & Gaeta (1999) para compreender as sinais de qualidade se utilizam de uma seqüência de conceitos que norteiam desde a identificação do produto (um nome comum, uma etiqueta...) à uma significação e reconhecimento de um sistema de documentação e de certificação de qualidade de um produto capaz de assegurar confiança e reputação do consumidor.

de maturação do produto agrícola, torna a definição e a construção dessas informações um processo de alta complexidade.

Algumas questões surgem no anseio dos produtores e consumidores para identificar e fazer convergir suas proposições e suas expectativas em matéria de informações sobre a qualidade do produto. Como os produtores podem se assegurar que a definição das características do produto esta de acordo com as expectativas dos demandantes, mesmo numa situação em que o ofertante conhece mais a respeito da qualidade e segurança do produto do que o consumidor? Em que pese o tempo entre a produção e o consumo, dito o momento de ocorrência, como definir qualidade de um produto numa situação *ex-ante* a sua produção? E numa situação *ex-post*, quais os instrumentos de negociação da qualidade, particularmente de produtos agroalimentares?

Em matéria de dificuldade para obtenção de respostas a tais questões, os maiores desafios são as necessidades de se determinar (com antecipação) a percepção da demanda e de agregar valor (como referencial comercial), proporcionando ao produto um diferencial (*standard* ou específico) em relação à concorrência.

Neste aspecto, as transformações na economia com a introdução da tecnologia da informação refletem a capacidade do “fluxo” em influenciar toda a estrutura organizacional para enfrentar tais desafios, diminuindo o número de agentes intermediários, reduzindo o tempo do fluxo de informações e possibilitando a presença de contratos com maior duração e baseados em maior “confiança” ou “transparência” entre seus agentes.

Sistemas informacionais integrados surgem na expectativa de capturar informações, transportá-las, processá-las, interpretá-las, tomar decisões com base nas interpretações e agir, numa situação em que o consumidor é o elemento-chave na determinação do êxito ou do fracasso dos empreendimentos econômicos.

De um modo geral, esses sistemas possibilitam a consolidação de uma economia que, revertida à qualidade do produto, conseqüentemente é um trunfo da concorrência relacionado à sinalização da qualidade, por assim dizer, difundir as características do produto, designado pelo termo **sinal de qualidade** que, por sua vez, cumpre o papel estratégico quando portador de pertinência e/ou credibilidade nas negociações, ou permite a ocorrência de ação oportunística por parte dos agentes do mercado. O sinal de qualidade é representado no âmbito do sistema agroalimentar pelas marcas, nos rótulos, nos certificados de denominação de origem, no indicador de origem geográfica, *label rouge* que asseguram um padrão de qualidade ou exigem uma legislação mais rigorosa sobre este tipo de atitude.

Representado sobre diversas formas (sistema operacional, sistema codificado, *chips* de memória, entre outros) e acionado pelo avanço da microeletrônica e pela propagação da comunicação, o sistema gera informações sobre o produto que funcionam, hoje, como indutores de vantagem competitiva em custos e qualidade. As empresas há muito tempo enfrentam as decisões do tipo “fazer/comprar”, mas a disponibilidade de informações pertinentes a tais dimensões coloca nas mãos do consumidor o poder de determinar que tipo de produto quer que esteja disponível.

Contudo, a visão holística dessas questões parece apontar para a compreensão das estruturas e das formas de difusão dos sinais de qualidade atrelada às razões econômicas em que as empresas não podem mais contar com a exclusividade das estratégias unilaterais de desenvolvimento do produto ou com a pesquisa de ampla base para abocanhar fatias do mercado. O jogo das informações entre preferências individuais e características dos produtos experimenta um crescimento substancial nas decisões das empresas.

Assim, uma convergência/divergência das expectativas e proposições dos atores, com vista à pertinência e credibilidade dos sinais de qualidade, foco das negociações, encontra aporte de compreensão principalmente numa situação de concorrência, em que informações sobre a segurança do alimento possibilitam reduzir riscos e incertezas ao longo da cadeia produtiva. Evita, entre outras coisas, a sabotagem, a maquiagem do produto, além de permitir a reputação da empresa.

4.2-Pertinência e credibilidade

Tratar da pertinência e da credibilidade do sinal de qualidade para alimentos, atualmente, leva a uma abordagem de riscos e incerteza quanto ao princípio da precaução, articulado à diretriz da segurança dos alimentos (*food safety*), envolvendo debate científico, de um lado, e conflitos entre metas sociais que competem entre si, por outro lado.

VALCESHINE (1999:154-157), estudando os sinais de qualidade sobre os mercados agroalimentares na França, aponta que a decisão para uma rígida aplicação dos mesmos é mais forte em países que possuem um rigoroso e desenvolvido processo de análise de riscos, cultura na avaliação e administração de risco, o que contribui significativamente para o aprimoramento da qualidade retratada na pertinência e credibilidade dos sinais.

Como resultado, a “pertinência do sinal de qualidade” é caracterizada pelo conjunto de informações concernentes às exigências do consumo, ao passo que a “credibilidade do sinal de qualidade” está relacionada à identificação dos mecanismos capazes de gerar e de manter a credibilidade do sinal, por assim dizer, capazes de suscitar a confiança dos consumidores no conjunto de informações sobre o produto em conformidade com a definição enunciada, e o engajamento implícito/explicito pelo sinal de qualidade⁴⁴.

Em matéria de qualidade agroalimentar, a resposta a este engajamento começa por conhecer bem o que é objeto de compra, pelo lado do consumidor, saber identificar e reconhecer, distinguir e selecionar, avaliar e julgar o que lhe é conveniente. Pelo lado do produtor, selecionar as características daquele produto capazes de atender às expectativas do consumo, principalmente quando este consumo remete à dimensão cultural,

⁴⁴ A questão central neste prisma, segundo Valceshine, recai sobre a definição da qualidade: Como e por quais processos os protagonistas da transação vão convergir/divergir, de uma parte, as preferências individuais e, da outra, as características dos produtos?

étnica, religiosa, exigindo algumas especificidades ou valores agregados aos bens de forma direcionada.

Selecionar as características pertinentes (integradas às perspectivas dos consumidores) especificando as cláusulas de contratos do produto a produzir (situação *ex-ante*), a fim de agregar e de satisfazer de maneira econômica a multiplicidade das preferências individuais dos consumidores, é uma questão que desafia as organizações e estruturas produtivas, essencialmente numa dinâmica de mercado em que as mudanças nos padrões de consumo ocorrem sob influência dos consumidores.

Nesse sentido, o pressuposto de que o consumidor tende a simplificar as informações que recebe, ou seja: limitar sua atenção quanto à percepção de risco ou combinações de preferência, leva ao oportunismo por parte do ofertante, com as estratégias de diferenciação de produtos se aportando, em grande parte, na assimetria de informação pelo ofertante, argumentando que o ajustamento da oferta das características do produto à diversidade e heterogeneidade da demanda, poderá exigir a intervenção do governo no monitoramento dos sinais de qualidade⁴⁵.

Neste jogo, o produtor-distribuidor procura cada vez mais credibilizar as informações sobre o produto por meio de sinais de qualidade pertinentes, enquanto os consumidores, como atores protagonistas das mudanças da demanda, exigem mais e mais informações daquele, tendo em vista revelar o tipo de produto e atenuar risco de consumo, pois as marcas que contam com ineficiência de informações tendem a ser submetidas a um declínio no seu valor comercial, seja por ação voluntária do consumidor ou pela atuação de instituições de defesa do consumidor.

A contribuir com este jogo, a utilização de normas de qualidade, no fluxo produtor-distribuidor-consumo, permite uma redução na heterogeneidade original dos produtos, fato que ocorre particularmente no Brasil, numa relação quase que geral, entre Governo Federal (Ministério da Agricultura) - Governo Estadual (Secretaria de Agricultura de Estado) - produtor-distribuidor (lote do produto), em escala comercial nas cadeias de cereais, cadeias de frutas e hortaliças, com base original no Decreto 14.958 de 1969, do Governo Federal.

Historicamente, a utilização das normas oficiais de qualidade, além de possibilitar a criação de referências e cláusulas de qualidade contratual, é dispositivo que sinaliza a qualidade como resultante da credibilidade no plano jurídico e conseqüentemente no plano econômico. Em síntese, a estratégia de dotar valor ao produto buscando um distintivo utilizado para diferenciar um dos outros no mercado tem evoluído no plano econômico – comercial, apoiando-se sobre convenções oficiais, seja em nível nacional e/ou

⁴⁵ Possibilitando mostrar a compreensão da convergência/divergência da oferta e da demanda no tocante aos sinais de qualidade, Eymard-Duvernay (1995), intitulando este processo de “negociação da qualidade”, parte do ponto de que a qualificação dos produtos insere-se na interface do produtor e do consumidor, como fruto de um processo de negociação das preferências do consumidor e das características do produto formalizadas pelo produtor.

internacional, de proteção sanitária e fitossanitárias, como alternativa de romper barreiras técnicas impostas ao mercado internacional⁴⁶.

Nomes comerciais (objetos identificáveis, locais, pessoas físicas como designações de marcas), marcas de utilização exclusiva (não localizadas) protegidas juridicamente (marca registrada), marca de fábrica (atividade do produtor) e indicadores de origem (associados aos aspectos geoclimáticos), marca coletiva (associada às especificidades e ao saber fazer) e, mais recentemente, marca coletiva que além das especificidades exige na sua definição um forte processo de harmonização das normas e cuidados sanitários, inclusive impondo barreiras para a entrada de produtores que desejam fazer parte deste clube, são sinais encontrados nas grandes cadeias.

Neste ponto, os dispositivos jurídicos, além de sinalizadores da segurança e garantia da qualidade, têm por objeto proteger marcas contra os agentes que procuram forjar a concorrência pela fraude e pelas imitações, suscitando a desconfiança do consumidor sobre sinais de qualidade que gozam de pertinência e de credibilidade.

4.3 - Potencialidades do sinal de qualidade

4.3.1 – Informação e precaução do risco

Relacionar o oportunismo e a incerteza que imperam nas decisões dos atores públicos e/ou privados em construir e difundir um sinal de qualidade ao teor das transações comerciais, depende, por sua vez, da evolução das estratégias dos atores, da estrutura de mercado e, inevitavelmente, de um sistema de controle, que possibilita entender o caráter econômico de um sinal de qualidade, essencialmente quando este faz a diferenciação num contexto concorrencial de produtos homogêneos, cujo interesse é explicado pela obtenção de uma economia de escala em relação à estrutura do mercado e à generalização das grandes marcas.

Os principais objetivos desse relacionamento são a identificação dos padrões de risco aceitáveis com relação aos diferentes riscos alimentares e o estabelecimento de procedimentos como meio de garantir que os riscos permaneçam dentro dos limites aceitáveis.

Dessa forma, quando o consumidor é confrontado com uma oferta heterogênea de bens de diferentes qualidades supostas exógenas e sobre as quais ele não dispõe de informações suficientes e seguras, o mesmo é induzindo a uma seleção adversa. De outra parte, quando o produtor pode fazer a seleção do nível de qualidade do bem a ser ofertado e a relação entre produtor e o consumidor se faz por um longo período, as informações sobre a qualidade dos bens podem ser aportadas ao curso do tempo das transações, como elemento de precaução ao risco.

⁴⁶ Ver as normas do CODEX Alimentarius e da OCDE que tratam dos aspectos técnicos e econômicos das normas de qualidade entre outras;

Estrategicamente, a criação de um sinal de qualidade deve atenuar o problema *ex-ante* da seleção adversa, mas, por outra parte, o respeito e a credibilidade do sinal de qualidade causam um problema *ex-post*, relacionado à forma de organização e a participação dos produtores no processo produtivo, particularmente quando este sinal é coletivo, assumindo uma dimensão de ativo econômico comum e/ou utilização compartilhada.

Nesta perspectiva, para RAYNAUD e SAUVÉE, (2000:73) os sinais de qualidade são vistos como ativos econômicos que têm sua utilização e/ou propriedade dividida entre vários atores juridicamente autônomos e agindo sob um certo grau de racionalidade, definido nas relações contratuais preestabelecidas na forma de governança destes sinais e constituídas por um conjunto de mecanismos de coordenação econômica, que permite a seleção de uma estratégia coletiva de qualidade. Por exemplo, uma fruta produzida por um grupo seletivo de produtores, cujo processo de produção resguarda cuidados especiais com o meio-ambiente, que de forma *ex-ante* foram estabelecidos em cláusulas contratuais.

Diante de um ambiente mutável, característico do agroalimentar em tempos atuais, o comportamento econômico e institucional pode ser usado para caracterizar essas relações, numa situação em que os atores têm efetuado a seleção de estratégias concernentes a sua política de diferenciação de produtos para enfrentar a concorrência.

Contudo, a seleção estratégica de sinais de qualidade pode conduzir a comportamento individual, para as empresas mais importantes do setor, ou coletivo, para outras que atuam sob desvantagens comparativas. Uma estratégia para diagnosticar e construir um sinal de qualidade de natureza coletiva é princípio de valor para os produtores implicados, sendo também forte potencial de conflitos.

Tratando-se de uma estratégia coletiva, cada produtor pode apropriar-se de uma larga parte do valor criado ou agregado ao produto diferenciado, por meio do comportamento oportunista, que não respeita as regras e os princípios acordados (convencionados sobre um sinal de qualidade). Este comportamento, se predominante em detrimento de outros interesses, põe em risco o comprometimento do sinal comum, podendo colocar cada produtor diante de uma situação de insegurança em relação aos ganhos que poderia obter a partir deste sinal, numa reação geradora de conflitos.

Neste ponto, uma representação heurística da forma de organização em função da modalidade contratual da qualidade encontra suporte na convergência entre a economia das convenções e a teoria da regulação, que permite incluir os mecanismos redutores de conflitos e indutores de interações entre os atores.

Resulta particularmente em pôr em prática uma estrutura de coordenação referente à produção agrícola, que deverá servir tanto para melhorar a coordenação de mercado de seus produtos, como para a negociação sobre os pontos que se deveriam regulamentar, em especial os que fazem as normas de qualidade e de funcionamento dos mercados.

4.3.2– Proteção das tipicidades territoriais ou locais

Nas últimas décadas, os países mais industrializados criaram instituições responsáveis para avaliar os vários aspectos da qualidade agroalimentar, afetada por mudanças nos ingredientes, processos ou produção de alimentos e hábitos de consumo.

Neste aspecto, inserida numa política de desenvolvimento agrícola, a “política de qualidade agroalimentar” nos países europeus, nos anos 70 e 80, essencialmente na França, deslocou-se do eixo adotado sob os dispositivos jurídicos institucionais, fundamentalmente de controle, para o eixo de conteúdo desenvolvimentista que visa compensar as desvantagens económicas de certas categorias de produtores, com base nas tipicidades do território e no saber fazer dos atores, criando a possibilidade de uma renda de diferenciação a partir da construção de um sinal de qualidade que represente uma marca individual (nome da propriedade, local) ou uma marca coletiva, “Denominação de Origem Controlada – DOC”.

Atualmente, engajados em um debate importante nos níveis nacional e internacional com relação ao papel que as tipicidades deveriam ter nas decisões de política de qualidade agroalimentar, os diversos elos da cadeia produtiva de frutas, vinhos, entre outros, no âmbito da União Européia, procuram definir qualidade, numa estrutura de governança em que os atores se inter-relacionam num quadro de especificidades regionais ou locais, numa correlação das normas e regras oficiais, também, com esse fim, ou seja, que expressem oficialmente “um sinal de qualidade específica”.

Numa evolução histórica, no fim dos anos 80, essa política de qualidade agrega-se à política de regulação dos mercados, dentro do contexto do mercado único europeu, tomando assim uma nova dimensão de suporte a uma estratégia concorrencial de diferenciação pela qualidade. Nos anos 90, inscreve-se no quadro regulamentar europeu por intermédio dos Regulamentos 2081/92 e 2082/92, que tratam da regulamentação europeia da qualidade e codificação da denominação de origem sobre três eixos: a Apelação de Origem Protegida-AOP, atrelada ao nome da região ou do lugar determinado para designar o produto agrícola; a Indicação Geográfica Protegida-IGP, na qual o produto tem sua qualidade designada pela reputação ou por uma característica que pode ser atribuída à região; a Atestação de Especificidade-AE, que constitui o reconhecimento do produto com base em um precedente característico tradicional.

A lógica dessa política consiste em codificar a relação entre as características do produto, as particularidades do local onde se desenvolve um modelo de produção específica ou uma regra de produção específica local (tradicionalmente ou codificada dentro de certas cláusulas de contratos de produção e/ou de comercialização), de um saber empírico ou de uma prática tradicional.

Dentro de uma concepção prática, “característica de origem” é entendida como uma característica ligada à localização, às condições agroclimáticas, as práticas e ao saber fazer. O produto final, “o produto de origem”, não é definido pelas características próprias, mas essencialmente pelas especificações de origem concernentes aos meios e

pelas condições de sua obtenção, bem como pelos efeitos das técnicas empregadas sobre o meio natural e os ganhos socioeconômicos dos atores envolvidos.

Uma denominação de origem sintetiza, então, estes meios e estas condições em um resumo de informação: uma denominação de origem tem a vocação de assinalar aos consumidores um tipo de característica de origem, visto como um “signo de qualidade”, dividido entre produtores e consumidores, no âmbito do mercado, e que requer, em função da evolução tecnológica e econômica dos setores agroalimentares, de um lado, e das mudanças das condições do mercado e das exigências dos consumidores, do outro, uma atualização das regras que definem as denominações de origem.

O ponto de maior atenção e suporte para o processo de definição e/ou redefinição desses dispositivos específicos está em tomar o processo de denominação de origem da vitivinicultura francesa, constituindo uma apelação de origem a denominação de país, de uma região ou de uma localidade capaz de designar o produto que é dela originário, tendo “os atributos de qualidade” compreendidos por meio dos recursos naturais ou dos fatores humanos de conformidade coletiva, cuja performance se inscreve na transformação da vitivinicultura francesa frente à concorrência internacional e à reputação da qualidade de algumas marcas no âmbito do mercado interno.

Essa performance tem refletido no objetivo de constituir um valor econômico em torno da especificidade ou tipicidade da localização e da organização dos atores de outros produtos agroalimentares (queijos, viandas, frutas e legumes, que levam nas suas especificidades a denominação de Montanha, Mediterrâneo, Alpes etc.) como forma de romper a concorrência em qualidade no mercado europeu visto nas características do produto de qualidade coletiva, e nos regulamentos que consagram a extensão à escala comunitária dos princípios e dispositivos franceses, como uma alternativa.

Neste sentido, a lógica de cadeia agroalimentar composta por distintas etapas no processo de desdobramento técnico-econômico de produtos específicos típicos de uma estrutura produtiva dominada pela incorporação das especificidades do território na construção da qualidade evolui em relação à lógica de uma cadeia agroalimentar, cuja estrutura produtiva é sincronizada em todas as suas etapas com a conformidade e controle da qualidade pelo uso correto de recursos disponíveis, porém não específicos.

Na mesma lógica dos antecedentes europeus, o atendimento destas exigências tomou o caminho de trabalho coletivo e participativo entre produtores que, na verdade, observam as peculiaridades agroclimáticas e ambientais das diferentes localidades produtoras acrescidas dos aspectos socioculturais, para definir a instituição do certificado de origem, exemplo típico do Café de Minas, da Cajucultura na Serra do Mel-RN, do Melão no Assentamento Baraúnas-RN que, sob iniciativa envolvendo instituições públicas de pesquisa e assistência técnica, certificadoras e produtores, criaram protocolos de certificado de origem e qualidade de produto, cuja difusão se dá pela aceitação no mercado internacional.

A capacidade duradoura de uma qualidade de origem, para enfrentar esses desafios, deve incorporar a construção de marcas coletivas, um processo dinâmico da transformação de convenção e dispositivos construídos localmente, mecanismo de

regulamentação mais durável, em que o papel das instituições representativas de consumidores, produtores e distribuidores será crucial neste esforço, como já é evidente na Europa.

4.4-A regulamentação dos sinais de qualidade

Entre os objetivos da normalização está a diferenciação de produtos, por assim dizer, identificar e avaliar o nível de qualidade refletido nos sinais de qualidade inseridos no quadro regulamentar. Para PERI e GAETA (1999), a regulamentação dos sinais de qualidade não deve aparecer aos olhos do consumidor como imposição. Deve funcionar como um mecanismo, capaz de aderir pertinência e credibilidade sobre os elementos fundamentais, que definem a identidade e a função de um sinal de qualidade de um produto e que não podem se limitar apenas a casos informativos.

É necessário que esse mecanismo: a) seja rapidamente identificável e reconhecido (rótulo e logotipo, por exemplo, são instrumentos de comunicação importantes para transmitir mensagem de qualidade para o consumidor); b) indique diferenças ou distinções em relação aos produtos “normais” de um mesmo tipo (qualidade relaciona-se com a escolha de uma especificidade que é “compreensível” e “desejável” pelo consumidor); c) apresente conformidade com padrões (a especificidade deve ser mensurável, verificável e controlável, isto é, mantida sob controle no processo de produção); d) assegure a garantia dos atributos e especificidades prometidos para o consumidor (neste aspecto, a certificação tem papel importante, pois embora não confira a qualidade do produto ou serviço, atesta que eles são produzidos sempre dentro do mesmo padrão de conformidade e controle).

Usados nos países europeus, como suporte importante das estratégias de diferenciação, principalmente para delimitar a qualidade específica, os sinais de qualidade, depois da última reforma da Política Agrícola Comum-PAC⁴⁷, foram inseridos num quadro regulamentar comunitário, sob a escala jurídica e econômica européia e de conformidade com as questões de mercado no âmbito externo (Lagrange & Valceshine, 2000).

Distinguir a qualidade como fator estratégico na produção e no consumo, por intermédio de sinais comunicados ao mercado, cria expectativas de desenvolvimento de normas, em que a indagação sobre a elaboração, a legitimidade, a modalidade e a difusão das mesmas encontra resposta na confiabilidade e pertinência dos sinais.

Em relação a essas expectativas, o mercado do grande varejo tem se empenhado em criar sinais de qualidade de caráter comercial, incorporados aos produtos de marca própria construída sob convenção privada ou sob um procedimento de auto-regulação, que assegurem garantia sanitária e fitossanitária ao consumidor a partir da informação completa sobre o processo de produção.

Esse procedimento parece encontrar apoio nas organizações de atores ao longo da cadeia produtiva. Exemplos desta natureza, e particularmente para as frutas e

⁴⁷ Ver Roger (2000) In: Miclet; Sirieix & Thoyer (Éditeurs).

legumes, podem ser observados pela iniciativa da Câmara Sindical dos Importadores de Frutas e Legumes da União Européia⁴⁸.

Neste contexto, os critérios para identificação de um sinal de qualidade podem assumir diversas modalidades: a identificação do fruto ou legume (um nome comum ou próprio); de uma sociedade (um *logos* ou nome); de uma organização de certificação do sistema de qualidade (um *logos* e a referência à norma ISO certificação); de um sinal de qualidade ou de especificidade (um *logos* de referência a um país, a uma região, a uma norma voluntária ou a uma norma privada, em acordo com o organismo certificador); do organismo certificador (um *logos* de combinação possível).

No tocante a esse procedimento, o setor de frutas e legumes (hortifrutos) brasileiro é alvo de um programa de resgate à rotulagem, padronização, certificação e a identidade geográfica, como um instrumento mais comum para identificação de qualidade.

Um ponto importante desse movimento é que o mesmo tem sua base de implementação na organização de produtores, que atuam de forma estabelecida nas Centrais de Abastecimento de Hortifrutigranjeiros – CEASAS, deixando claro que a aproximação do mercado ao produtor é uma condição para lograr eficiência dos sinais transmitidos ao consumidor.

Seja na vertente do mercado externo ou do mercado doméstico, tomadas as considerações acima, a fruticultura irrigada do nordeste visualiza a importância e o alcance que possibilitam ter os sinais de qualidade no jogo da concorrência, por meio da rotulagem e na instituição de um indicador geográfico, com a denominação que já circula em alguns mercados como “Frutos do Vale” para o mercado doméstico e “Frutos do Brasil” para o mercado externo, embora as agroexportadoras comercializem suas marcas.

4.4.1 – Rotulagem

Há evidências de que a rotulagem no agroalimentar incorpore, cada vez mais, informações de caráter compulsivo ou voluntário, tanto pela pressão dos consumidores e dos seus respectivos órgãos de defesa, quanto da própria concorrência.

Em 1969, quando o Governo Brasileiro através de um Conselho Ministerial estabeleceu os dispositivos de vigilância sanitária dos alimentos, tendo o Ministério da Saúde como órgão gestor (Decreto Lei 986, DOU de 21/09/69), sugeria incluir informações sobre qualidade, natureza e origem na rotulagem de alimentos, que eram vistos apenas sob a ótica da fiscalização ou intervenção do governo. Nos anos 90, o advento do Código de Defesa do Consumidor, com participação direta da sociedade e das novas modalidades de consumo, atreladas aos aspectos nutritivos e de saúde, impulsionou alguns segmentos (empresas) da indústria alimentícia (laticínios, polpas e sucos de frutas) a saírem na frente

⁴⁸ Esta convenção tem por objetivo maior integrar as empresas nos processos que assegurem qualidade visando garantir a seus clientes que eles têm em conta para sua conformidade as exigências legislativas e regulamentares relativas ao controle da qualidade sanitária e da segurança dos alimentos

dos seus concorrentes e obter vantagem competitiva ao adotarem rótulos de nutrição em suas marcas, que passaram depois a fazer parte dos dispositivos de regulação oficial.

De fato, é cada vez mais comum o consumidor dispor de uma rotulagem com informações bastante detalhadas, desde a composição relativa de ingredientes, capacidade nutricional, indicações, funcionalidade, até o modo de usar, cuidados e advertências, preço da unidade-padrão e prazo de validade, muitas delas obrigatórias, outras adicionais.

Em alimentos frescos ou *in natura*, particularmente as frutas, observa-se uma prática de rotulagem com informação da origem, do sistema de produção adotado, dos atributos de segurança alimentar e ambiental correlacionados à produção e ao consumo, especialmente nos países desenvolvidos, em que os grandes supermercados são parceiros e incentivadores dessa prática junto aos produtores, a exemplo do abacaxi importado da Costa do Marfim e comercializado no mercado francês pela Rede Carrefour e deste mesmo fruto produzido no Brasil, também comercializado no mercado doméstico pela mesma rede de supermercado (Anexo 02).

As normas para rotulagem requerem que o produto esteja realmente em conformidade com as informações exigidas, independentemente se o produto é uma *commodity* ou não. Porém, as empresas/produtores têm flexibilidade para definir o tamanho do rótulo dos seus produtos e acrescentar outras informações que lhes sejam convenientes como propaganda dos produtos com marca, muitas vezes estabelecida sob a gestão de uma associação de produtores.

Por sua vez, é comum a empresa construir reputação de qualidade dos seus produtos partindo da rotulação como marca comercial. Existem várias formas de rotulação com marca comercial: marcas de fabricantes, marcas próprias de grandes comerciantes, marcas de franquia e de cadeia, e com marcas de associações de indústrias e de produtores.

Além de aumentar a barganha na negociação de margens com fabricantes, com essa estratégia, os supermercados estão se diferenciando na classe de alimentos frescos como carne, frutas e vegetais, assim como nos alimentos de “primeiro processamento”, utilizando a rotulação da marca própria que no passado funcionou com o nome de parceria.

Por sua vez, ofertar hortifrutos livres de resíduos químicos, de microorganismos e saudáveis tem levado os produtores não só a definir práticas de manejo e controle, como buscar a identificação de uma rotulagem que transmita ao consumidor informações quanto a essas práticas e assegure uma confiabilidade do consumo.

O fato relevante quanto aos dispositivos de regulação destas práticas está na participação, de um modo geral, de uma instituição pública (Órgão Controlador, Órgão de Monitoramento) no âmbito da produção, essencialmente com a implantação do HCCP como referencial.

De um modo geral, a rotulagem de produtos hortifrutos obedece ao Regulamento Técnico para Rotulagem de Alimentos Embalados, aprovado pela Portaria

Nº167.42, de 14 de janeiro de 1998, da Secretaria e Vigilância Sanitária do Ministério da Agricultura, embora hoje o processo de classificação e padronização desses produtos venha tomando uma característica de Programa de Adesão Voluntária, com o apoio de organismos públicos e privados, inclusive de indústrias de embalagem através da Associação Brasileira de Papelão Ondulado – ABPO e da Indústria de Maquinas para Beneficiamento, Classificação e Embalagem de frutas frescas, em expansão em vários estados brasileiros, essencialmente naqueles onde a escala de produção e comercialização de frutas é mais intensiva, como em São Paulo, Pernambuco, Bahia, Santa Catarina etc.

4.4.2 - Padronização

No contexto básico dos estudos sobre qualidade, “padrão” assume seu grau de importância como um termo genérico, cuja aplicabilidade em níveis diversos é utilizada de forma generalizada em todos os setores. Há padrões para produtos, serviços e processos. Existem padrões privados, coletivos, nacionais, setoriais e internacionais, genéricos e específicos, que servem de base ou medida para realizar ou avaliar produtos e processos de produção a luz de termo comum denominado de “padrão de qualidade”.

Embora o curso de um padrão possa ser voluntário ou obrigatório, essa distinção nem sempre é clara. Um padrão obrigatório pode vir de algum padrão voluntário. Muitos padrões voluntários sustentam-se num obrigatório como espinha dorsal, acrescidos de especificações diferenciais. Regulamentações técnicas resultam em padrões declarados por autoridades regulatórias como sendo de caráter compulsório, relacionado a produtos e/ou processos que podem afetar a segurança e a saúde pública.

A partir da Associação Brasileira de Normas Técnicas-ABNT, a Fundação Christiano Ottoni-FCO (1996) elaborou uma coletânea de normas e sistemas da qualidade, que possibilita entender normas ou padrões como acordos documentados por um organismo reconhecido, contendo especificações técnicas ou critérios precisos para uso comum e repetitivo.

Nesta coletânea destaca-se o uso das regras, diretrizes ou definições de características, para assegurar que materiais, produtos, processos e serviços sejam adequados aos seus objetivos. Propõe como incluir ou tratar exclusivamente de terminologia, símbolos, embalagem, exigências sobre rotulagem quanto a um produto, processo ou método de produção com o objetivo de reduzir assimetrias de informação e incompatibilidades, podendo ser: padrão “de fato”, definido pelo próprio mercado; e padrão “de direito”, quando surge por meio de acordos estabelecidos entre os principais agentes econômicos interessados.

Deste modo, uma fruta é padronizada quando possui um conjunto de especificações que definem algumas de suas características ou o seu processo de produção. No cerne da questão, as especificações de uma fruta *in natura*, diferem daquelas de um produto industrializado. Por exemplo, no caso *in natura* as especificidades podem ser relacionada ao tamanho, peso, forma, cor, textura, volume, teor de açúcares, percentual de acidez, tamanho do pedúnculo, tamanho das bagas (uva), tamanho da coroa (abacaxi) etc., cuja funcionalidade está relacionada ao valor econômico do fruto numa situação *ex-post*,

com definição e controle de forma mais complexa, dado que o processo de padronização concorre com as particularidades biológicas dos frutos, numa situação ex-ante a colheita.

Porém, seguir os padrões das empresas líderes parece ser a melhor alternativa para grande parte dos fruticultores dos pólos irrigados do Nordeste. Se, de um lado, esses padrões podem exercer um papel de coordenação, podem por outro lado, também ser limitadores. Como coordenadores estabelecem níveis mínimos de desempenho e garantem harmonia no processo. Como limitadores, eles restringem o poder de escolha entre comprador e vendedor, representam uma barreira para a implementação de inovações e desenvolvimento técnico, pois cristalizam os processos tradicionais de mensuração, estagnando o mercado e tornando-o resistente a mudanças.

Em geral, os padrões na fruticultura irrigada do nordeste articulada com o mercado externo funcionam de acordo com regras contratuais e utilização de uma infraestrutura de tratamentos quarentenários e armazenagem em que quase não existe divergência.

Pode-se dizer, que a padronização das frutas frescas ao nível de cada empresa agroexportadora ocorre de forma sincronizada, da recepção/seleção das frutas à embalagem/acondicionamento, monitorada sobre uma estrutura de *packing house*, conseqüentemente categorias e valores econômicos diferentes são obtidos.

4.4.3- Certificação

O interesse pela certificação de produtos, desperta nos produtores a idéia de um instrumento formal que garanta o produto, segundo especificações de qualidade preestabelecidas, e que indispensável para dar confiabilidade aos produtos, serviços e empresas num país.

Para o produtor de frutas, a certificação é uma necessidade real, sob significados que vão desde o controle de qualidade, a garantia de conformidade, a indicação de origem ao controle sanitário e fitossanitário.

Na concepção da Diretoria Técnica da VALEEXPORT, como um dos atores que coordena o processo com o objetivo de desenvolver e implementar a certificação de frutas frescas no Vale,

“Certificação” (...) é uma forma de segurança do fruto, baseada em um documento ou certificado formal que deverá representar o fruto em termos de conformidade com a especificação ou adequação ao mercado, incluir informações de controle e tratamentos fitossanitários (...).

Na prática, essa fruticultura já está submetida a uma certificação de controle fitossanitário, sob a tutela do FDA/USDA em convênio com a SDF/MA-BR e a VALEEXPORT que é constituída por um Certificado Fitossanitário de Origem – CFO, com

todas as informações de manejo e controle de campo e, por um Certificado de Tratamento Pós-Colheita, com todas as informações referentes ao tratamento hidrotérmico das frutas, que seguem conjuntamente com o lote embarcado até o consumo final.

Sem deixar de considerar a coletânea de normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas-ABNT, em que a certificação consiste na emissão de “Marcas e Certificados de Conformidade”, nem o compêndio de normas e regras oficiais brasileiras referentes ao controle fitossanitário de hortifrutos, o processo de certificação em desenvolvimento, segundo informações de produtores de frutas no Pólo de Petrolina-PE, prioriza os aspectos de qualidade e tem se utilizado da formatação e mecanismo da certificação espanhola para frutas e legumes, como ponto de partida.

4.4.4 - A instituição do Indicador Geográfico - IG

A indicação geográfica, na concepção geral, embora seja considerado um termo vago e o mais freqüentemente usado nas negociações internacionais, permite tornar conhecidas a imagem e as diferenças entre as concepções de qualidade de produtos da mesma natureza (Manga do Brasil *versus* Manga do México). Este termo é usado sob a denominação geográfica, indicando que um produto é proveniente ou originário de um país, de uma região ou de um dado lugar. Identifica o produto como portador de uma característica determinante geograficamente, uma reputação atribuída essencialmente a esta origem geográfica.

No contexto atual de mundialização dos mercados, a utilização de indicadores geográficos nas transações internacionais de produtos agroalimentares visa assegurar aos consumidores, em especial aos mais sensíveis ao caráter autêntico e natural dos produtos, uma informação justa e clara sobre o produto que se beneficia de uma indicação geográfica resultante da ligação entre os fatores naturais e humanos, típicos da região.

Esse tipo de indicação vem ganhando caráter comercial ao designar um produto de origem geográfica, visando fortalecer a proteção e defesa em relação à concorrência desleal nas transações comerciais, o que termina por garantir ao produtor uma determinada vantagem competitiva, quando esta indicação geográfica goza de reputação.

A referência ao indicador geográfico-IG também pode constituir um dos suportes da convergência entre preferências individuais dos consumidores e as características específicas do produto, próprias daquele espaço geográfico, funcionando como fator comercial e/ou de marketing, capaz de impulsionar uma inserção ou expansão de mercado.

Neste sentido, alguns indicadores geográficos de atuação internacional apresentam-se como sinais de qualidade, gozam de reputação e de forte aspecto comercial: Vinho Francês, Vinho do Porto, Café do Brasil, Queijo Suíço e outros que em tempos atuais acenam no mesmo sentido, como Frutas do Brasil, Frutas do Chile, entre outros.

No quadro regulamentar, a proteção internacional dos indicadores geográficos, embora tenha sua origem no século XIX, sob o sistema internacional de proteção de marcas, tornou-se enfática com o advento da Convenção Internacional de Marrakech de 1994, quando, no âmbito da Organização Mundial do Comércio-OMC e da Organização Mundial de Propriedade Intelectual-OMPI, tais indicadores passaram a fazer parte dos acordos multilaterais e a fundamentar a proteção internacional por meio de acordos bilaterais, servindo como fator de negociação entre nações⁴⁹.

No quadro comercial, o IG, quando atrelado a uma formalidade de promoção de certo tipo de produto, “Campanhas de Degustação de Frutas do Brasil”, a exemplo da promovida recentemente pelo Ministério da Integração Nacional / Ministério da Agricultura e Instituto Brasileiro de Frutas-IBRAF, oportunisticamente em feiras e/ou eventos do setor ou via redes de grandes varejistas, pode se traduzir por uma estratégia de inserção de mercado em relação ao produtor, mas não transmite notoriedade de segurança sobre a realidade de origem, se não se apoiar na utilização de normas oficiais, sob um aspecto de proteção periodicamente reconhecida.

Este prisma de convergência, *marketing* - regulação oficial de frutas brasileiras via IG, tem sido fortalecido nos últimos anos e dá sinais de que vêm afrontar um contexto econômico, regulamentar e socialmente novo, onde a atuação de instituições de defesa dos consumidores e as questões ambientais são elos que incidem no rumo das decisões de mercado.

No tocante às estratégias de diferenciação, pela oferta de uma nova espécie de fruta ou de uma fruta obtida através de variedade melhorada, indicações referentes ao manejo/controle dos recursos naturais, como caracterização do indicador geográfico, funcionam como sinais de qualidade atrelados a percepção socioambiental dos mesmos.

De outra forma, crises denominadas de impactos sociocomerciais, experiência recente vivida pelos fruticultores do Vale do São Francisco, em particular por aqueles que exportam manga para os Estados Unidos, viram na identificação da “bactéria salmonela” nas frutas exportadas, via consumo final, notadamente, numa situação *ex-post*, que o IG também desempenha um papel de proteção e rastreador do produto, elucidada na análise pormenorizada de cada pomar (*in lócus*) por técnicos fitossanitaristas americanos, sob os dispositivos da regulação oficial.

4.5 - As Câmaras Setoriais de Frutas

Como protagonistas deste procedimento, aliadas ao comportamento cooperativo dos agentes no mercado e à convergência dos padrões técnico-produtivos apropriados das frutas tropicais, as Câmaras Setoriais, denominadas por cada fruta em consideração, têm na implementação do Ministério da Agricultura/Secretaria Nacional de Abastecimento o ponto fundamental. Relativa às normas e aos padrões de identidade e de embalagem, para classificação e comercialização de hortifruti nos anos 80, esta

⁴⁹ Ver SOLAGRAL (1998) Do GATT à OMC, Montpellier - França.

implementação tem o disposto na Lei No. 6.305, de 15 de dezembro de 1975, e no Decreto No. 82.110, de 14 de agosto de 1978, como os dispositivos básicos.

Nesses casos, a ação coletiva por intermédio das Câmaras Setoriais surge como iniciativa de organizar e estabelecer, de forma voluntária, as atividades na harmonização das normas ou na acomodação das mesmas em relação à compatibilidade dos produtos, tendo em vista que as normas apresentam características de bem público, pois a sua utilização por determinado ator não diminui o valor que lhe é atribuído por um segundo ator, os dispositivos criados a partir das Câmaras já determinam os padrões de determinados frutos comercializados.

A criação desse tipo de organização privada vem se constituindo numa solução para o problema da falta de compatibilidade dos frutos, pois proporciona uma base institucional que incentiva cada ator a comprometer-se com as atividades de cooperação. No entanto, o funcionamento de tais organizações também está sujeito a dificuldades. Uma delas decorre da existência de diferentes preferências dos agentes participantes, quanto às normas a serem adotadas, que podem retardar ou, mesmo, impedir a obtenção de um consenso.

Essa observação sugere uma atuação de consenso, para que uma norma seja adotada de forma eficiente. Diz respeito à possibilidade das organizações serem dominadas por subgrupos de produtores, interessados na redução de incompatibilidades, com o objetivo de eliminar barreiras à entrada em seus respectivos mercados.

Além disso, é possível que esse processo seja pouco transparente, permitindo o acesso privilegiado de alguns produtores às informações relativas às normas a serem adotadas no fundo e, conseqüentemente, propiciando-lhes importantes vantagens competitivas que, na presença de economias de escala e/ou de aprendizagem, podem revelar-se permanentes.

Por conseguinte, os produtores não informados perdem o incentivo para produzir bens de melhor qualidade, configurando-se uma tendência à predominância de produto de baixa qualidade no mercado, em particular no mercado interno, fato este apontado por vários estudos que atestam a baixa competitividade da fruticultura brasileira, principalmente porque mais da metade da produção hortifrutícola é comercializada sob o poder do mercado atacadista atravessador (via CEASAS), sendo que este não aproxima o consumidor do produtor, no sentido de criar um canal de informações a contribuir para o desenvolvimento de indicadores e atributos de qualidade desses produtos e, conseqüentemente, ganhos para todos os atores ao longo da cadeia produtiva.

Existe, ainda, a possibilidade de manipulação das atividades dessas organizações por interesses particulares, de modo que, os resultados desses procedimentos podem estar sujeitos a distorções. Iniciativas desta natureza estão presentes nas cadeias das frutas e hortaliças da região Nordeste, por intermédio de parcerias com organismos internacionais e nacionais.

Tais argumentos sugerem que a diversidade de normas de qualidade pode estar relacionada às genuínas diferenças nas preferências dos consumidores por qualidade ou às diferentes demandas e/ou ofertas de qualidade, resultantes de imperfeições de mercado e/ou do funcionamento dessas entidades.

CAPÍTULO V, QUALIDADE DAS FRUTAS: UMA VISÃO ESTRATÉGICA NA FRUTICULTURA IRRIGADA

Partindo do ponto de que a evolução das características das frutas leva em conta a confrontação qualitativa da oferta e da demanda, num mercado que opera de forma seletiva em qualidade, a questão de maior importância discutida neste capítulo passa a ser como uma estratégia particular de qualidade emerge do livre comportamento dos agentes ou como os interesses públicos e privados, em relação à qualidade, são compatibilizados na construção de um sistema estratégico.

Fazendo uma ligação com as questões já abordadas nos capítulos anteriores deste trabalho, procura-se introduzir no processo de negociação da qualidade das frutas tropicais as tensões resultantes do acirramento da concorrência e a aceitação de regulamentos e normas interpretada como estratégia de concorrência a partir dos objetivos da harmonização, organização, diferenciação e manutenção do desenvolvimento da qualidade.

Considerando as tensões endógenas resultantes das estratégias de concorrência (processo de produção e de comercialização) e os fenômenos exógenos resultantes das condições macro da atividade (evolução da demanda, modificações nos hábitos de consumo, modificações nas políticas nacionais, expansão da oferta de frutas frescas tropicais no âmbito internacional), discute-se o conjunto de estratégias da economia da qualidade com base nos seguintes elementos:

- importância da dinâmica da inovação tecnológica para garantia do êxito nos modelos de negócio;
- relações entre concorrentes e colaboradores na negociação da qualidade;
- identificação e implementação de parceiros;
- busca de diferenciação de produtos;
- atendimento às exigências do consumo;
- crescimento das transações monitoradas por sistemas automatizados;
- deslocamento da ênfase dos custos para qualidade na determinação do valor;
- organização coordenada dos atores da produção à comercialização.

Por fim, procurou-se identificar ações ou estratégias, sob a orientação da construção de marcas, selos e/ou certificados para frutas frescas, numa relação mercado/produção.

5.1 – Elementos de estratégia econômica em qualidade

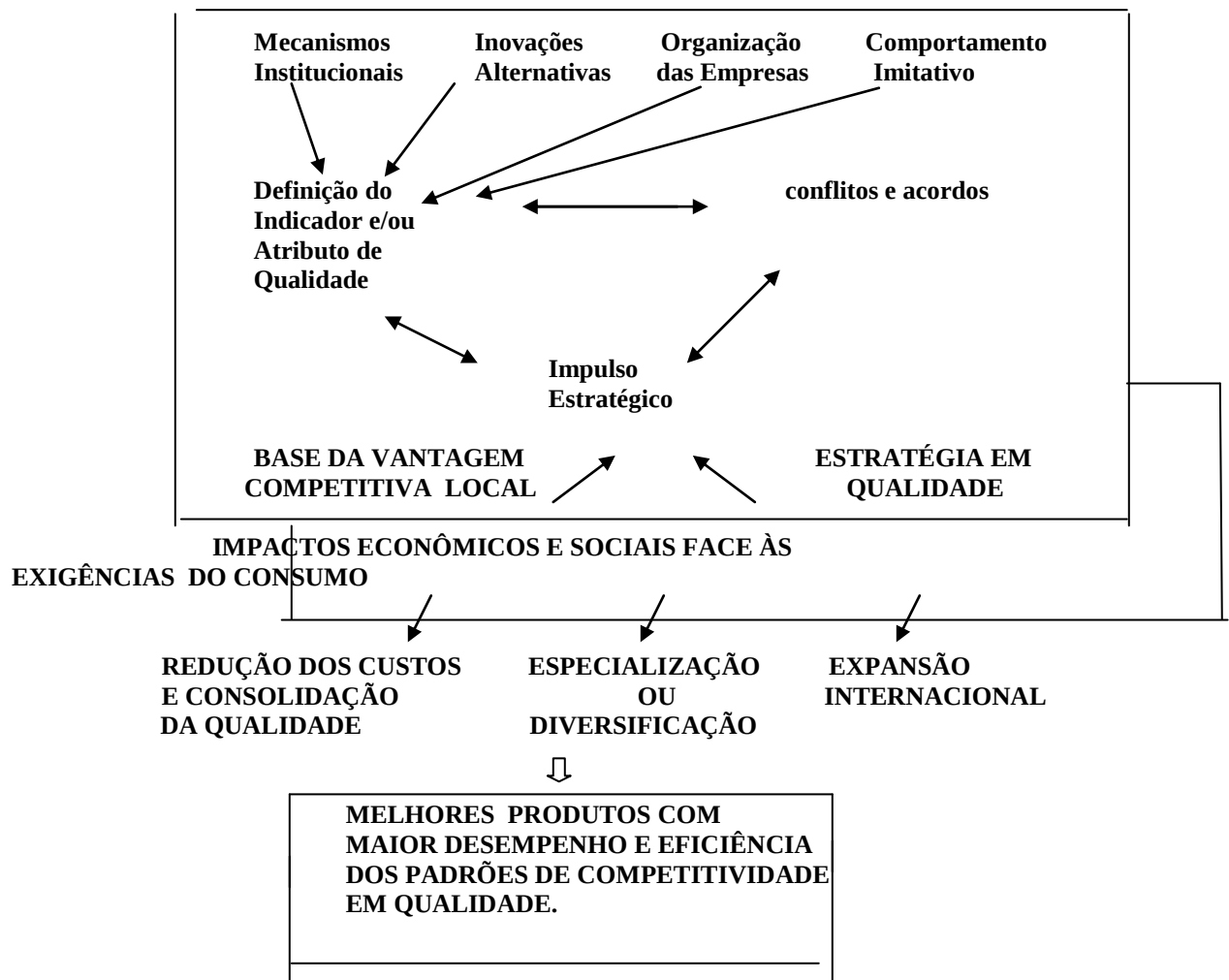
A discussão de fundo neste item é como obter uma fruta produzida nos pólos irrigados do Nordeste, de maneira que possa ter na qualidade seu principal fator de competitividade, tal como chega a fazer a concorrência. Contudo, sem esquecer que tanto a estratégia de diferenciação como a de liderança de custos exigem qualificação e recursos diferentes e implicam em arranjos organizacionais, sistemas e controle diferentes diante das exigências crescentes do consumo.

A suposição implícita é a de que concorrer comercialmente em qualidade conduz à formulação de uma interação estratégica de natureza racional. Para COLLIGNON e WISSLER (1998); LESSA (1997) e DAY (1993) os mecanismos de interação podem ser individualmente ou socialmente construídos de modo a aumentar o grau de previsibilidade mútua, e são as instituições, regras, convenções e hábitos que podem permitir a redução dos custos, a especialização e diferenciação bem como a ampliação de opções estratégicas exequíveis. Estes mecanismos podem substituir a condição de conhecimento comum pela de “senso comum”; eles tornam a coordenação possível ainda que não necessariamente eficiente⁵⁰.

Na formulação interativa, um novo produto “frutas frescas para exportação” resulta da combinação de diversos processos que têm cada um sua lógica própria sem, no entanto, ser totalmente independente uns dos outros. Estes diversos processos são classificados em três categorias, conforme Figura 02:

- a) dos mecanismos institucionais – mediante os quais a atividade vem progressivamente ganhando legitimidade, dotada de uma regulação e padronização numa parceria do Estado e do próprio segmento;
- b) uma progressiva organização das empresas – do ponto de vista funcional, as empresas agroexportadoras têm desenvolvido circuitos de organização com vista ao monitoramento da produção e comercialização;
- c) dos esforços para mobilizar recursos naturais, técnicos e humanos em matéria de competência, que vêm favorecendo o surgimento de novos atributos de qualidade e crescimento das exportações de frutas (inovações e comportamento).

⁵⁰ Para Day (1993) esta suposição está cada vez mais presente na intensificação das forças em ação nos mercados competitivos: os mercados estão se fragmentando e os limites tradicionais tornando-se indistintivos; os mercados nacionais, anteriormente isolados, estão sendo transformados em mercados globais interligados; as vantagens competitivas estão mais difíceis de serem sustentadas, enquanto os ciclos de vida se encurtam e os competidores globais lutam por mais mercados; o excesso de oferta intensifica ainda mais as pressões competitivas, dando aos clientes, maior poder de barganha; os relacionamentos com clientes estão mudando e as tecnologias da informação permitem ligações mais estreitas; novas oportunidades de mercado estão sendo criadas com base nas mudanças demográficas e de estilo de vida, mudanças tecnológicas e crescentes preocupações ambientais; arranjos organizacionais especializados e mais ágeis surgem.

Figura 02: Elementos de Estratégia Econômica em Qualidade

Fonte - Elaboração do autor a partir de COLLIGNON, E. & WISSLER, M, 1998 : 21; e DAY, 1993 : 120.

O campo pertinente à interação dessas categorias encontra-se representado no universo (das organizações, dos mercados, dos recursos etc.) em que os atores (produtores, distribuidores, importadores, consumidores etc.) experimentam suas estratégias e os frutos ganham qualidade.

Essa interação marca a natureza estruturada das ações dos atores e da modelagem estratégica comercial, baseada na concepção e na realização da qualidade em um contexto mercadológico internacional, em que as condições de demanda são um determinante amplo da vantagem competitiva.

No tocante às ações dos atores, resultantes de seus comportamentos, acompanham a evolução das condições de concorrência no mercado internacional. O

impulso estratégico consiste em combinar eficientemente as mudanças desejadas das frutas com as evoluções observadas neste mercado, refletidas na expansão das exportações como ganho da capacidade competitiva.

5.2- A seleção da qualidade percebida pelo consumo

Dizer que o consumidor de frutas está cada vez mais exigente ou que antes tolerava coisas como frutas murchas, com danos mecânicos, injúrias, manchas e outros defeitos têm como contrapartida à observação de que, nos últimos anos, o gosto e os hábitos alimentares evoluíram simultâneo ao desenvolvimento de novos valores individuais ou comunitários modificando o consumo.

Esse entendimento gera um desafio para as empresas agroexportadoras de frutas que, conhecendo as prováveis mudanças e exigências do consumo, terão que elaborar estratégias comerciais, apropriadas a este desafio e por sua vez, analisar tendências de consumo e distribuição em relação à qualidade, assim como a provável evolução da concorrência. Ou seja, desde a definição de um fruto com tamanho adequado ao exigido pela tendência do consumo, até a sofisticação do acondicionamento capaz de processar as mudanças biológicas, entre o ato da colheita e a exposição na gôndola do distribuidor varejista.

Pressionados por essas mudanças, os produtores de frutas na região definem suas atividades adotando uma orientação estratégica, por assim dizer, que incorpora às opções comerciais às características evolutivas do consumo, subjacente à percepção da qualidade nos mercados particularmente sob dois conjuntos distintos de indicadores e atributos avaliados pelo consumidor, Quadro 04.

O detalhamento do processo de classificação dos indicadores intrínsecos, numa relação fator/componentes, mostra que a seleção do fruto pelo consumidor ou a busca de uma marca comercial pelo produtor e/ou distribuidor é resultado de uma combinação de vários fatores: aparência, formação fisiológica, presença/ausência de substâncias alimentares e resíduos agrupados em diferentes componentes tanto na fase de pré-colheita como na de pós-colheita, em condições de serem visualizados e/ou dimensionados.

Em contrapartida, os indicadores de qualidade extrínsecos, tais como certificado de origem, informação sobre os frutos, reputação do distribuidor, mesmo deixando transparecer uma relação de dependência dos indicadores intrínsecos, podem ser modificados independentes destes, porém, são resultantes da interação organizacional dos atores e efeitos da regulação, num diálogo entre as duas abordagens: regulacionista e convencionalista com ênfase no comércio internacional, imposta pelo mercado importador.

Quadro 04- Indicadores e atributos de qualidade das frutas frescas para o consumo direto

Indicadores de qualidade intrínsecos		Indicadores de qualidade extrínsecos	Atributos Tangíveis, pelos quais a experiência do consumidor permite verificação.	Atributos intangíveis, ligados à crença, a experiência não permite verificação.
Fator	Componentes			
Aparência	1).Tamanho: dimensões, peso e volume; 2).Forma: diâmetro longitudinal ou transversal; 3).Cor: intensidade, uniformidade; 4).Brilho: lustre, aparência externa; 5).Defeitos físicos: externos e internos, físicos ou mecânicos, patológicos e/ou entomológicos;	1) Informações sobre o processo de produção; 2)Sinais de qualidade: marca, selo; 3)País de origem; 4)Reputação do distribuidor (marca do supermercado, marca do importador).	1)Frescor: manutenção de todas as características do fruto; 2)Comodidade do consumo: adequação ao estilo do consumidor; 3)Satisfação: prazer de consumir aquele fruto.	1)Segurança do Consumo; 2)Respeito ao Meio Ambiente; 3)Salubridade; 4)Caracteres ligados à Saúde; 5)Aspectos Sociais da Produção.
Formação Fisiológica	1).Firmeza, dureza, maciez; 2). Fragilidade ou resistência; 3). Suculência e granulidade.			
Presença de Substâncias Alimentares	Doçura(brix), Acidez(ácidos), Amargor, Aromas. Presença de Proteínas, Carboidratos, Lipídeos, Vitaminas e Sais Minerais.			
Presença de Resíduos	Substâncias tóxicas e contaminantes			

Fonte: Elaboração do autor com base na pesquisa de campo a partir de Siriex (2000 : 122).

Diferentes dos indicadores, os atributos de qualidade, de um modo geral não são diretamente dimensionados pelo consumidor, em alguns casos dimensionados pela regulação oficial advinda da intervenção do Estado funciona como principal fator de observação e crença. Classificados como tangíveis e intangíveis estes atributos têm seu grau de importância relacionado ao fortalecimento das questões sociais e ambientais atreladas à qualidade agroalimentar, particularmente no mercado europeu em que países como a França e a Inglaterra têm exigido informações relativas aos aspectos ambientais e sociais via certificação dos produtos agropecuários.

Ao grupo denominado de tangíveis, no qual a experiência de consumo permite, todavia, uma verificação, destacam-se os atributos definidos na satisfação do consumo e frescor das frutas. Os atributos intangíveis (caráter natural das frutas, respeito ao meio ambiente, aspectos sociais da produção) são ligados às crenças do consumidor, sendo que, muitas vezes, estes atributos necessitam de instrumentos de defesa da qualidade pela via regulamentada, como selos, certificados, marcas de origem e rotulagem, para serem identificados.

Podemos dizer que, para as empresas agroexportadoras de frutas frescas, a seleção realizada pelo consumidor no mercado final leva a duas alternativas básicas de

competir em qualidade. Uma é construir indicadores correspondentes às características desejáveis pelo consumidor, criando uma comunicação com o consumo via qualidade percebida, sobre um conjunto de especificações e serviços. Identificar estes indicadores e partir na frente dos concorrentes é a grande estratégia.

A outra alternativa é identificar no mercado a sutileza dos atributos relacionados à saúde, à satisfação, ao *status* e à confiança do consumidor no produto ou processo de produção, numa convergência dos quatro planos de compreensão da dinâmica econômica da qualidade, conseguindo ser mais eficaz do que seus concorrentes na sinalização da qualidade e na obediência às especificações destes atributos quando apropriados aos frutos.

As alternativas não são mutuamente excludentes, de modo que as empresas/produtores de frutas frescas devem concorrer tanto em qualidade percebida nos indicadores visuais, como em atributos caracterizados via certificados fitossanitários que indicam conformidade aos padrões permissíveis no mercado quanto à segurança do consumo, Tabela 18.

O preço, a coloração, o sabor e a ausência de manchas e/ou ferimentos do fruto representam, na visão das empresas entrevistadas, os principais requisitos dos consumidores (a partir das exigências dos compradores/importadores), seguindo-se, por ordem de importância a ausência de resíduos químicos, a pontualidade na entrega, o tamanho e o odor do fruto. Observa-se, portanto, uma relativa equivalência entre indicadores e atributos, o que induz a inferência de que, nesses negócios, as iniciativas com vista às exigências dos consumidores em relação à qualidade do fruto, estão casadas com as iniciativas de tornar os frutos mais atraentes (exóticos) e, confiáveis quanto ao abastecimento e ao consumo.

Tabela 18- Principais exigências dos compradores/importadores de frutas frescas dos pólos irrigados do Nordeste, situação julho de 2000.

Itens	Frequência por Escala% (*)		
	1	2	3
Preço	00	00	100
Tamanho	00	50	50
Coloração	00	00	100
Sabor	00	00	100
Pontualidade na entrega	00	25	75
Ausência de manchas e/ou ferimentos	00	00	100
Regularidade no fornecimento	00	62,5	37,5
Teor de açúcares	00	75	25
Ausência de resíduos químicos	00	15	85
Odor	00	50	50

(*) Corresponde às informações fornecidas por 12 empresas, para um total de 41 empresas selecionadas para aplicação do questionário.

Nota: 1-pouco importante; 2- importante 3- muito importante.

Fonte: Pesquisa direta.

Com base em PORTER (1990:106), essas empresas estarão por adquirir vantagem competitiva se os compradores forem (ou estiverem entre) os mais exigentes do mundo, em relação ao produto ou serviço, uma vez que compradores sofisticados e exigentes pressionam as empresas locais a atender o consumo, através de produtos diferenciados em altos níveis e em termos de qualidade, bem como em serviços complementares à comercialização. A presença desses compradores é tão importante ou mais, para a concorrência em qualidade, do que a sua criação, pois leva as empresas a melhorarem e a passarem a segmentos mais novos e mais avançados, com o tempo, aperfeiçoando nesse processo a vantagem competitiva.

De acordo com as abordagens já frisadas, a qualidade percebida pelo comprador desperta as empresas locais para uma estratégia comercial, tendo as empresas de maior poder de mercado, em face da cota de produção e da boa adequação às exigências dos consumidores, como líderes, que contribuem para a emergência de uma boa imagem dos frutos e fidelidade dos consumidores frente ao mercado.

Por fim, o conjunto de esforços para a adaptação dos indicadores e atributos dos frutos às exigências da demanda constitui-se assim, num fator-chave da competitividade, consequência das estratégias comerciais, tecnológicas e sócio-organizacionais⁵¹.

Desta forma, o atributo de qualidade a ser trabalhado pelas organizações, de acordo com SIRYEX (1999:147), está encontrando uma redefinição completa no ponto de vista do cliente/consumidor e que:

- *não são os fornecedores do produto, mas aqueles para quem eles servem, (os clientes, usuários, consumidores e aqueles que os influenciam ou os representam) que têm a última palavra, buscando um produto que atende as suas necessidades e satisfaz às expectativas;*
- *a satisfação é conseguida no ato do consumo ou durante toda a vida útil do produto, e não apenas na ocasião da compra, porém, relaciona-se com o grau de combinações que o consumidor idealiza e/ou com o que a concorrência oferece;*
- *é preciso considerar um conjunto de atributos para proporcionar o máximo de satisfação àqueles a quem o produto atende.*

Esta visão, bastante próxima às necessidades dos consumidores e sensível ao movimento da concorrência, tem na fruticultura irrigada do Nordeste uma ótica de melhoria contínua, uma vez que nem os consumidores deixam de ter mudanças em suas necessidades (inovações varietais como fator de interação estratégica, por exemplo) e nem os

⁵¹ Para Collignon & Wilssler (1998), essas estratégias, caracterizadas na inovação do produto e/ou do processo e na realidade do diálogo social entre os atores ao longo da cadeia, nos remete a uma “matriz da qualidade” que faz assinalar a “qualidade de percepção” (conjunto de especificações definidas para satisfazer às necessidades dos consumidores) e a “qualidade de realização ou de conformação” (adequação do produto realizado às especificações), cujos impactos econômicos e sociais são vistos no melhoramento da posição concorrencial e da competitividade.

concorrentes estão parados, sem reagir às variações do mercado e dos seus agentes (grandes concorrentes do Brasil no mercado externo de frutas tropicais: México e Israel (manga); Espanha (melão); Itália e África do Sul (uva).

A qualidade final do fruto adquirido pelo consumidor, primeiramente, será consequência da qualidade inicial deste mesmo fruto ao ser entregue pelo segmento de produção e, depois, da capacidade do segmento de comercialização em manter o nível de qualidade, enquanto o fruto vence as diferentes etapas de distribuição.

Daí a importância da coordenação das ações ao longo da cadeia produtiva, levando-se em conta as ligações entre a qualidade representada nos frutos e as exigências do consumidor:

(.....) Na busca de qualidade, o segmento de comercialização tende a impor exigências técnicas ao segmento de produção agrícola: frutos maduros, firmes e bem definidos, livre de podridão, sem danos causados por terra ou poeira, manchas ou descoloração por incidência de pragas ou doenças, rupturas de pele, queimaduras de sol, granizo, umidade e outros meios particularmente são imposições feitas pelos mercados internacionais, como o mercado dos Estados Unidos e o Europeu(...), (Relatou um Gerente da VALEXPORT, ao ser abordado sobre as mudanças da comercialização de frutas do Pólo Petrolina-Juazeiro com destino ao mercado internacional).

Neste aporte, identificar os problemas existentes, percebidos nas características dos frutos, em relação às exigências do mercado de frutas tropicais (Tabela 19), permite estabelecer um valor dominante de qualidade, cujos produtores e compradores procuram conhecer mutuamente, competindo de um modo geral a uma instituição pública ou privada a oficialização das mesmas, por meio de mecanismos que definem as condições de comercialização, principalmente quando as frutas se destinam ao mercado internacional.

Como resposta, as empresas/produtores incorporam no campo estratégico a possibilidade de cultivo de novas espécies ou novas variedades, técnicas modernas de manejo agrícola, rigoroso processo de seleção e classificação no campo, que atrelados aos novos padrões de embalagem resultam em novos produtos, livres de tais problemas. Em resumo, constata-se mudanças comportamentais dos atores (empresas/produtores de frutas, importadores, distribuidores) que para enfrentar a concorrência externa buscam no conhecimento científico alternativas que funcionam como suporte estratégico na diferenciação e novos produtos.

Tabela 19- Exigências, principais problemas e valor dominante relativo às frutas tropicais comercializadas no mercado internacional como pontos de ligação entre as características de qualidade e as exigências do consumo.

Produto	Exigências	Principais Problemas	Valor Dominante
Abacaxi	Cor amarela uniforme, frutos com baixo teor de acidez, peso de 0,5 a 1,0 kg e coroa uniforme.	Cor verde, coroa grande e não uniforme, alto teor de acidez, deterioração rápida e fusariose	Gosto e preferência
Manga	Coloração: vermelha-Alaranjada, brilhante, ausência de marcas, frutos rígidos, tratamento pós-colheita, frutos uniformes, até 500g.	Coloração inadequada e heterogênea, tamanhos variados, presença de doenças e pragas nos frutos.	Gosto, preferência, segurança e controle fitossanitário.
Uva	Bagas grandes e uniformes, racimos cônicos de até 1,0kg, bagas limpas e de coloração uniforme.	Bagas de tamanhos variados, desgranação, resíduos de cobre nas bagas.	Saúde e Gosto.
Mamão	Coloração de verde a ¼ amarelada, frutos limpos e livres de látex, ausência de marcas, frutos uniformes e rígidos, tratamento fitossanitário pós-colheita.	Frutos variados, podridão penducular, presença de manchas nos frutos, baixa resistência e vida curta de prateleira.	Gosto e satisfação
Banana	Uniformidade dos frutos, tamanho do leque contendo de 8 a 12 bananas, ausência de manchas nos frutos, coloração amarela uniforme.	Leques grandes e que facilmente amolecem, frutos manchados, desgranação, deterioração rápida com perda de sabor.	Preferência e satisfação.
Melão	Coloração amarelo-dourado, frutos arredondados, com a cavidade de sementes bem pequena, polpa com camada mais grossa e brix superior a 10%.	Frutos grandes e de tamanho variado, polpa flácida e grande presença de sementes, manchas esbranquiçadas nos frutos.	Satisfação e saúde.

Fonte: Pesquisa de campo.

5.3– Diferenciação e novos produtos

As análises da oferta e da demanda por frutas tropicais no mercado internacional, pela ótica do incremento qualitativo, demonstram que a diferenciação e a inserção de novos produtos vem se constituindo na principal tendência de mercado, Quadro 05.

Muitos são os fatores que contribuem de maneira decisiva para a consecução das tendências que se produzem no panorama mundial. Do lado da oferta destaca-se o progresso tecnológico obtido a nível de produção e de pós-colheita que possibilitam uma convergência das características culturais e comerciais das frutas. Pelo lado da demanda, entre os fatores que favorecem a expansão dos mercados mundiais de frutas, destacam-se as mudanças no comportamento de compra e hábitos de consumo da população e as mudanças nos sistemas de comercialização, nos países desenvolvidos, que no seu conjunto são discutidos ao longo deste trabalho.

Neste contexto, a diferenciação e novos produtos, baseados nas características qualitativas das frutas tropicais, conduz a um conceito de um produto que

satisfaz às exigências do consumidor, representadas de forma simultânea no atendimento ao processo de incorporação de hábitos de consumo e parâmetros organolépticos geralmente distintos dos tradicionais, sobretudo, associados aos novos processos de produção, aos aspectos sociais (condições da produção local) e as especificidades do local de origem.

Quadro 05- Produtos processados e derivados de frutas comercializados por período de safra

Produtos processados e comercializados no mercado externo	Aplicações	Safras
Abacaxi: -suco concentrado -em cubos -em polpas	Sucos, polpas, compotas, iogurtes, sorvetes, alimentos infantis, geléias, tortas, doces etc.	Julho a dezembro, com período de maior produção e qualidade dos frutos.
Manga: -manga em fatias -purê de manga -em polpa -suco concentrado	Sorvetes, sucos, doces, geléias, saladas etc.	Agosto a Novembro, concentração da colheita nos pólos irrigados.
Mamão: -mamão em cubinhos -purê de mamão	Saladas, doces, sucos, alimentos infantis, iogurtes, geléias etc.	Todo ano, como melhor época os meses de julho a dezembro.
Melão: -melão em fatias -melão em cubinhos - em polpa	Sucos, saladas, geléias, alimentos infantis etc.	Todo ano, como melhor época os meses de Abril a julho.
Uva -Xarope concentrado -em polpa	Sucos, sorvetes, geléias, alimentos infantis, iogurtes, etc.	Julho e dezembro como picos de safra.
Banana: -frutos desidratados -farinha de fruto	Alimentos infantis, doces, geléias, tortas etc.	Todo ano.

Fonte: Levantamento junto às empresas com o apoio da Associação dos Processadores de Polpas e Sucos de Frutas de Pernambuco.

Esta relação simultânea apresenta-se como uma possibilidade de evolução muito forte no tocante à diversidade e à diferenciação dos produtos e que a cada ano, novas variedades de frutas sejam de clima mediterrâneo, tropical ou subtropical invadem o mercado internacional, particularmente o mercado europeu. Novos frutos tidos como exóticos, naturais e/ou processados a partir de polpas, cubinhos ou fatias, surgem reforçados pelas estratégias para desbloquear os fatores limitantes à dinamização do comércio alimentar mundial de frutas frescas.

Um elemento essencial, considerando facilitador dessa evolução, é a explosão das formas modernas de comercialização e logística que, no mercado europeu, maior importador de frutas brasileiras (essencialmente França, Inglaterra, Holanda, Itália, Alemanha), têm sido capazes de modelar novos hábitos e exigências de consumo (Green, 1994).

Como fator econômico indutor dessas mudanças, tem-se a revalorização dos custos externos das frutas frescas sob a égide dos alimentos: ricos em sais minerais e vitaminas, energéticos, ausência de risco à saúde e ecológicos. Isto complementado, no âmbito do consumo, por uma desvalorização de insumos químicos e de produtos portadores de substâncias consideradas prejudiciais à saúde.

O surgimento de novas variedades ou variedades melhoradas, sobretudo, na possibilidade de atender às exigências do mercado em preço, qualidade e época de colheita atrelada ao calendário de exportação, com destaque para a comercialização de contra-estação, tornou-se um fato constante na fruticultura comercial da região, Tabela 20.

Tabela 20- Variedades cultivadas de uva, manga, melão, mamão e abacaxi, nos pólos irrigados da região Nordeste com destino a exportação.

FRUTAS	VARIEDADES	ÉPOCA COLHEITA
Uva	Itália, Verde, Rubi, Niágara, Piratininga.	ano todo
Manga	Keitt, Haden, Tommy, Atkins	set./fev
Melão	Amarelo, Prince, Pele-de-Sapo	ano todo
Mamão	Papaya	ano todo
Abacaxi	Smooth, Cayena	ano todo

Fonte: Elaboração própria, tendo por base a pesquisa de campo.

Ao relacionar as alternativas varietais com a possibilidade de correção dos problemas e simultaneamente com o atendimento às exigências de qualidade, a partir de observações feitas pelos produtores, percebeu-se uma interação com o grau de importância das características individuais, ou do conjunto de algumas delas em função dos interesses particulares de cada segmento da cadeia. Deste modo, os produtores dão prioridade à aparência das frutas, isto é, aos componentes de qualidade facilmente percebidos pelos consumidores e diferenciadores em relação à concorrência. Os distribuidores acrescentam às prioridades dos produtores a ênfase à firmeza e à boa capacidade de armazenamento numa escala de resistência.

Na ótica do desenvolvimento tecnológico, os geneticistas, bem como os técnicos de campo, têm maior interesse pela resistência às doenças e pragas, compatibilização das técnicas de cultivo e dos ganhos de produtividade com a qualidade dos frutos.

Neste movimento interativo, o fruto vai podendo ser moldado principalmente para ser comercializado, inclusive com características diferenciadas em relação à concorrência no que diz respeito à cor, tamanho, odor, teor de açúcares, resistência aos atritos físicos no decorrer do transporte, uniformidade de maturação etc.

Alguns exemplos merecem atenção: a) o melão brasileiro, ao concorrer no mercado europeu com o melão espanhol, exige esforços dos produtores em identificar as características que diferenciam o melão espanhol do brasileiro, com resultado na sua maior aceitação pelo mercado, a exemplo da coloração e do teor de açúcares; b) a manga brasileira, ao concorrer no mercado europeu com a manga originária do México e de Israel, enfrenta desafios em relação ao tamanho, coloração e firmeza dos frutos; c) a uva-de-mesa, que vislumbra o mercado europeu como promissor, desperta interesse do grupo Carrefour e do grupo Milano, instalados no Vale do São Francisco – região Nordeste, em investir no cultivo de “uva sem semente” como fator diferencial em situação de comercialização das frutas frescas.

(...) nas palavras de um empresário dirigente da VALEXPORT
 “determinar o fruto e o ponto exato que deve chegar no mercado lá
 fora, pode fazer a diferença do produto (...)”⁵².

Com esta preocupação, os produtores de manga do Vale do São Francisco identificaram as variedades *Tommy Alkins* e a *Haden* como aquelas que melhor se diferenciam em relação à concorrência. No caso do melão, a variedade *Amarela* tem predominância nas exportações brasileiras, que tendem a acompanhar sinais de crescimento da aceitação desta variedade no mercado europeu, de acordo com técnicos da maior empresa exportadora de melão brasileira a Maisa Agropecuária S. A., localizada em Açuporã.

Embora a variedade *Pele de Sapo* de cor esverdeada venha apresentando sinais de aceitação numa fase de introdução desta variedade naquele mercado, os gostos e as preferências do consumidor europeu incidem sobre a variedade *Amarela*, sobretudo no mercado britânico que é o maior importador e consumidor de melão, sob a forma arredonda, tamanho pequeno com frutos pesando em média 1,0kg e elevado brix.

Para esses produtores, grande parte das exigências que determinam a diferenciação nasce do gosto e das preferências do consumidor, contudo, não desprezam os cuidados rigorosos decorrentes do processamento pós-colheita a que os frutos são submetidos. Isto porque os compradores/importadores conhecedores da sequência de manuseio e roteiro comercial que os frutos terão de enfrentar, principalmente pelas especificidades de alta perecibilidade e heterogeneidade do melão, determinam as condições de comercialização via contratos de pré-vendas.

Mediante uma prática de visitas às áreas de produção e à infra-estrutura de beneficiamento pós-colheita e de encontros técnico-comerciais no quais são feitos acordos

⁵² Segundo esse dirigente o domínio de técnicas para definir este ponto é um gargalo da fruticultura regional, frutas colhidas fora do ponto resulta em perdas comerciais, pois frutos colhidos ainda verdes terão falhas de formação e frutos colhidos em fase adiantadas de maturação chegam ao mercado como frutos passados, vencidos se considerar a data da colheita e o momento de consumo ideal. Chamando atenção para o fato de que no mercado europeu já é possível se ver frutas portando etiquetas com as datas de colheita e período de acondicionamento, numa perspectiva de informar ao consumidor sobre o consumo saudável daquela fruta.

referentes aos atributos de qualidade dos frutos, os compradores/importadores, empresas agroexportadoras e produtores, realizam rodadas de negociação e encontros nos pólos frutícolas, durante os meses de julho a setembro, direcionadas a definir características dos frutos e condições comerciais para enfrentar a concorrência de mercado.

Por fim, pode-se dizer que essas estratégias de diferenciação cumprem a função de enrijecer as barreiras à entrada ou as barreiras à mobilidade da empresa que não consegue a performance das líderes. Maior grau de diferenciação do produto significa quebrar a aderência do consumidor a determinadas marcas, na medida em que esse possa considerar, via efeito demonstração, no caso específico de frutas frescas, via gustação e demonstração das modalidades de consumo (estratégias largamente adotadas no mercado) que um novo produto lançado representa um substituto perfeito ou superior.

Assim, a diferenciação das frutas frescas produzidas nos pólos irrigados do Nordeste, para o consumo direto no mercado internacional, está associada à persuasão do consumidor e, ao mesmo tempo, à obtenção de características dos frutos envolvendo os diferentes atores, com esforços no intuito de consolidar a qualidade desses produtos.

5.4- A qualidade sob a ótica da inovação organizacional

Neste ponto, o aprendizado acumulativo com o progresso técnico tem levado os atores, da produção ao consumo, seja no mercado interno ou no mercado externo, a buscar uma organização lógica frente à concorrência e que assume três níveis em matéria de inter-relações e uso de recursos, quais sejam:

- a) um nível microeconômico, em que a estratégia individual das empresas postula compreender os processos de concorrência, no interior de um quadro geral de racionalidade das ações e de modelos de exploração agrícola;
- b) um nível coletivo, caracterizado pelas inter-relações entre empresas e/ou produtores, baseadas em iniciativas privadas, dentro das quais se interroga sobre a natureza do processo de cooperação entre os agentes econômicos e sobre fundamentos da repartição das funções entre estes, no âmbito da cadeia produtiva;
- c) um nível espacial ou regional, ligado ao fato de que estratégias individuais e coletivas são assim as estratégias localizadas de produção e comercialização, que convém analisar em que organização, sistema produtivo localizado ou condição de recursos específicos, constroem-se padrões de concorrência da fruticultura irrigada.

Defende-se, assim, que, ao longo da cadeia de frutas frescas, as decisões são tomadas no contexto de interdependência concorrencial, no qual as decisões individuais de um dependem das ações e decisões dos outros agentes, que disputam posições em um mercado cada vez mais exigente em qualidade.

Nesta lógica, a fruticultura nos pólos irrigados da região vem se caracterizando por uma especialização e comercialização de frutas frescas, contribuindo para as mudanças na estrutura local, com suporte numa organização de produtores-

exportadores de caráter cooperativo e de iniciativa privada, em que a produção agrícola e a comercialização desenvolvem-se, atualmente, dentro de um contexto de profissionalismo empresarial e elevada qualidade dos produtos e serviços.

Essa organização, que por um dado ângulo procura ver a qualidade frente às exigências do mercado e aos dispositivos institucionais de regulação, possibilita uma observação no sentido de que os atores presentes nas cadeias de frutas frescas da região não atuam mais de forma isolada no mundo da produção. Praticam o estilo da gestão diferenciada no âmbito da concorrência: suas estratégias são, então, compreensíveis com base no exame de seus processos específicos e de seu ambiente. Neste sentido, a análise das estratégias das empresas/produtores que buscam um produto com expressão da marca explicita a opção das mesmas em adotar um processo comercial organizado, numa perspectiva coletiva de construir uma marca regional forte.

Como consequência, a cooperação entre os atores, seja em associação, cooperativa ou grupos de parcerias, está ligada ao fato de como cada um concorda com as decisões e ações complementares um dos outros, de como os membros de uma organização melhoram sua eficiência coletiva e esta se traduz diretamente no plano individual, cujo suporte se faz na reputação do produto⁵³.

Neste caso, as estratégias são elaboradas no plano, em que a base concreta da cooperação repousa sobre uma divisão estabilizada e aceita das funções, ao longo da cadeia produtiva. Esta situação pode ser perturbada por fatores exteriores à produção ou por inovações tecnológicas, o que implica considerar a concorrência entre os atores, assumindo uma configuração vertical, quando os produtores estão mais presentes nos mercados.

Nesta lógica, as estratégias a montante e a jusante são mediatizadas pela capacidade de inovar e dispor de instrumentos necessários para orientar a qualidade, reduzir a diferença dos produtores por questões técnicas (heterogeneidade dos sistemas de produção quando for o caso) e econômicas (salvaguardar consenso em contexto marcado por uma convenção), responder aos desafios da concorrência ou da necessidade de se construir uma vantagem competitiva em situações desfavoráveis para as condições de um processo de produção intensivo.

Essas estratégias foram e continuam sendo, em uma constante dinâmica evolutiva, resultado de uma série de forças, nas quais o incremento da competência organizacional entre os atores se destaca como supressão das barreiras técnicas à comercialização das frutas no mercado internacional.

O curioso é que há rebatimentos sobre este comportamento que, ancorados na manifestação de um associado da APROVALE revelam...

(...) que as importações giram a ação de poucos agentes importadores e que empresas bem estruturadas na região, em condições de

⁵³ Allaire et Sylvander(1995)

atender às exigências de comercialização, terminam por agregar um agrupamento de produtores (...).

O destaque desta competência organizacional pode ser verificado nas exportações de frutas frescas caracterizada por circuitos comerciais que se espelham na atuação de estruturas de controle de qualidade em que a iniciativa privada predomina, dando origem a algumas modalidades que se diferenciam em função da categoria dos atores e das pretensões organizacionais e comerciais, como vimos nos pólos fruticultores do Nordeste e que discutiremos a seguir.

5.4.1- Circuitos das grandes agroexportadoras

Com uma produção originária de áreas próprias, as empresas agroexportadoras, “os grandes produtores como se denomina na região”, incentivadas por programas de desenvolvimento agroindustrial regional, integram um grupo de atores fortalecidos pela escala de produção e pela estrutura logística de manejo, colheita, beneficiamento pós-colheita e acondicionamento disponível, que caracterizam as condições de regularidade e qualidade na comercialização de frutas com destino essencialmente ao mercado internacional.

Com vinculação ao grande importador, representante comercial daquela agroexportadora no mercado de destino, a comercialização se realiza mediante contrato de compra – venda consignada, com todos os custos de comercialização, inclusive o percentual “taxa sobre vendas finais do produto”, que gira em torno de 8,0 %, por conta da empresa exportadora. Em casos de rejeição do lote de frutos ou variação de preços, resultando em perdas, as mesmas serão repassadas segundo o lote identificado.

Um fato marcante na região é que a concorrência em qualidade de frutas frescas para a comercialização, fundamenta-se no referencial desse circuito, ou seja, aquela empresa que produz e consegue melhor comercializar seus frutos é tomada como referencial de qualidade, com os demais atores buscando seguir normas e técnicas adotadas durante a produção e a comercialização.

Em relação à comercialização da uva, um grupo constituído pelas maiores empresas (Milano, Graziera, La Brunier, Frutinor, entre outras), inspirado em exemplos da África do Sul e do Chile, fundou no início dos anos 90 o “Brazilian Grape Market Board”, órgão cooperativo cuja finalidade é incentivar a capacitação das empresas para lhes assegurar condições de competitividade sustentáveis. Para tanto, o programa de atuação desse grupo envolve duas áreas bem definidas: comercialização e sistema de qualidade.

A organização desse grupo é coordenada pela VALEEXPORT, que adota uma espécie de monitoramento técnico-comercial, mediante uma sistematização das regras de padronização e classificação das frutas de forma abrangente.

Outro monitoramento que recebe um maior grau de importância tem a ver com a exportação de manga para o mercado dos Estados Unidos, pois o acordo celebrado com aquele mercado com intervenção do governo, americano e brasileiro, toma vulto de

exclusividade, ou seja, o fruto só entra naquele mercado ou, em outras palavras, um produtor de manga do Vale do São Francisco só consegue exportar para o mercado americano, se for filiado/associado a VALEEXPORT e conseqüentemente cumprir todas as exigências do acordo.

Uma composição de cota/lote a ser exportada poderá induzir uma empresa agroexportadora a comprar também em consignação e imposição de todas as regras do acordo, a produção de outros produtores, cujos frutos, mesmo recebendo um monitoramento na produção agrícola, certificação do pomar, são submetidos, na ocasião da entrega na recepção do *packing house*, a um processo de seleção e classificação seguido de tratamento fitossanitário “hidrotérmico” que antecede o acondicionamento em câmaras refrigeradas da empresa numa situação de pré-embarque.

Isso dá a entender que tudo gira em torno de um *packing house* como estrutura vinculada a um importador/distribuidor com representação no mercado internacional, em que o respeito às regras do acordo funciona como uma pré-condição dos frutos às exigências do mercado.

Instrumentos de monitoramento e controle fitossanitário são utilizados em nível local sob a responsabilidade de um técnico que emite o Certificado Fitossanitário de Origem – CFO e o Certificado da Conveniência e Reputação do FDA com visto inspecionado por técnicos americanos. Porém, os aspectos perceptivos comerciais da qualidade como cor, tamanho, textura e ponto de maturação são tratados no centro das negociações e relações: produtor-importador.

5.4.2- Parceria comercial: grande empresa e agrupamentos de pequenos produtores

Não disponibilizando de uma infra-estrutura de *packin house*, que viabilize a comercialização de seus frutos no mercado exterior, mediante padrões e aceite das condições do mercado, os pequenos produtores e/ou pequenos empresários (lotes agrícolas empresariais) se agrupam em torno de um acordo comercial e celebram um acordo de parceria com uma empresa agroexportadora, inserida no mercado exterior e com filiação à VALEEXPORT.

Utilizando-se da infra-estrutura de *packing house* e logística de acondicionamento da empresa tomada como parceira, esse agrupamento usufrui da marca comercial e dos serviços de representação comercial daquela empresa, inclusive da cota de mercado, ou seja, do montante negociado com o mercado em consignação.

Aceitar a parceria implica para esses produtores assumirem todos os custos de tratamento e beneficiamento pós-colheita e de comercialização, como também os riscos do contrato de compra e venda consignadas, já que os lotes serão codificados facilitando a identificação do produtor em função do entendimento das exigências comerciais e fitossanitárias.

O monitoramento da produção com vista a atender tais exigências é assumido pelo grupo em conformidade com a relação empresa - importador e vinculação desta com a VALEXPORT.

Numa possibilidade de criar sua própria marca e implantação de uma infraestrutura, nas condições similares da empresa agroexportadora, o agrupamento define normas de adesão e de acompanhamento técnico-comercial dos frutos, configurando uma espécie de regulação privada que poderá ser institucionalizada sob a criação de uma associação ou cooperativa.

Quando indagados sobre as vantagens comerciais dessa parceria, os produtores membros do grupo apontam que nessa modalidade comercial eles próprios administram/gerenciam seu processo de comercialização, evitam perdas e refugos dos frutos a revelia da empresa compradora no ato do processo de seleção e classificação do *packing house* e embora sob regras comerciais da empresa parceira, acompanham todo o desenrolar da comercialização de seus frutos.

Na mesma ótica, a empresa parceira ganha por não deixar sua estrutura em ociosidade, uma vez que os custos de utilização do sistema de tratamento e comercial são pagos pelo grupo acrescidos de um valor que atualmente gira em torno de R\$ 0,40, pago por caixa exportada como custo de oportunidade do investimento, além de ter sua cota comercial acrescida no mercado exterior, o que gera, se cumpridas todas as exigências, reputação e confiança da marca no mercado para os próximos anos.

5.4.3 - Associação de produtores vinculados a uma estrutura técnico-comercial

Constituída por pequenos produtores, muitos deles beneficiados pelo plano de implantação de área irrigada da CODEVASF, essa forma de organização tem uma atuação comercial *pari passu* a uma empresa agroexportadora em torno de um *packing house* e câmaras frigoríficas de acondicionamentos, com definições voltadas pra marca comercial própria, que recebe o aval de todos os associados.

Porém, mediante um termo de adesão cada produtor ao fazer parte da associação, terá sua área de produção monitorada pelo técnico designado pela direção técnica da mesma, que produzirá um relatório de campo servindo como base de orientação técnica-comercial para definir a qualidade dos frutos.

A programação de colheita e comercialização fica a cargo de um técnico com grande experiência em comércio exterior de frutas frescas, também produtor associado, com cada membro associado acompanhando todo o processo relacionado ao seu lote.

Embora organizados e desfrutando das mesmas condições naturais que as agroexportadoras, os produtores dessa associação, no caso a APROVALE, reconhecem que o nível técnico-comercial de algumas dessas empresas está muito além da média dos produtores da região e que serve de parâmetro no que tange às dimensões dos indicadores e atributos de qualidade dos frutos para o mercado exterior.

Contudo, chamam atenção para as preocupações com os aspectos socioambientais, mais presentes na adequação do processo produtivo dos membros dessa associação em relação às exigências do mercado, pela razão de ser uma organização com possibilidades de extrair do mercado, via essas preocupações, uma maior confiabilidade nos seus produtos, similar ao que fazem algumas ONGs na região que, ao criarem marcas coletivas atreladas aos aspectos socioambientais, construíram mercado alternativo sob tipicidades locais. Um exemplo desse porte é a Organização Não Governamental VISÃO, situada no Município de Baraúnas, Estado do Rio Grande do Norte, que se configura como exportadora de uma marca comercial de melão atrelada a esses aspectos para o mercado europeu.

No entanto, essa modalidade de organização não acredita na criação de uma marca coletiva que envolva todas as categorias de produtores dos pólos. Defende, porém, a iniciativa de uma Produção Integrada de Frutas - PIF como princípio de uma convenção de adesão voluntária e controle participativo, com custos e ganhos sobre a qualidade, distribuídos de forma coletiva.

5.4.4 - Produtores organizados em torno de uma cooperativa sem vinculação a um *packing house*

Sob um modelo convencional de cooperativa, pequenos produtores de frutas se organizam em torno de princípios básicos que priorizam a comercialização, como segmento que requer maior entrosamento entre os cooperados, particularmente por se tratar de produto perecível e de grande heterogeneidade da demanda.

Um caso identificado no Pólo Petrolina/BA-Juazeiro/BA é da COOMANBA – Cooperativa dos Pequenos Produtores de Manga da Bahia, que possui uma estrutura desenhada para comercializar produtos com qualidade, mas por não dispor de um *packing house* tem limitada a comercialização no mercado interno ou a exportação em pequena escala para o mercado europeu.

Para participar do processo evolutivo da fruticultura no pólo, essa Cooperativa tem implementado um programa de qualificação de mão-de-obra junto a seus cooperados, difusão de tecnologias, monitoramento técnico nos pomares e orientação na hora de comercializar seus produtos.

Reconhece o poder de monopólio da VALEEXPORT no tocante à inserção no mercado exterior, quando questiona a participação do setor público, Ministério da Agricultura em especial, no tutoramento e financiamento de programas de tratamentos fitossanitários, com conseqüente ganho de competitividade, que beneficiam quase que exclusivamente os grandes produtores.

Contudo, a percepção de que a qualidade das frutas frescas assume um papel estratégico na comercialização, mesmo no mercado doméstico onde as grandes redes de supermercados, a exemplo do mercado internacional, exigem marcas comerciais, insere a COOMANBA nos circuitos de comercialização de frutas frescas do Vale a ponto de

trabalhar mais de uma marca comercial, já que o negócio se realiza mediante a venda de manga com padrões diferentes a supermercados diferentes.

Dessa forma, a cooperativa cria uma alternativa de diferenciação moldada na norma de percepção comercial, uma vez que as regras de ajustamento técnico são as mesmas para as marcas comercializadas.

5.4.5 - Marca coletiva: uma estratégia de cooperação e coordenação comercial

Construir uma marca coletiva para sinalizar qualidade das frutas frescas produzidas nos pólos irrigados do Nordeste é, hoje, uma posição que agrega as diferentes categorias de produtores em seus subsistemas.

As modalidades de organização dos produtores de frutas nos pólos irrigados do Nordeste em torno das questões comerciais que envolvem frutas de qualidade, discutidas neste capítulo, parecem superar aquela idéia de que a organização seria a viabilidade de fazer o produto chegar ao grande centro consumidor, em busca de melhores preços ou redução de perdas. Hoje, a organização desses produtores aproxima-se dos agentes de mercado como alternativa em condições de agregar aspectos qualitativos às frutas, numa atuação de grupo de produtores associados explorando com maior rigor as especificidade de ativos⁵⁴.

Por sua vez, essas especificidades possibilitam a criação de critérios determinantes dos indicadores e atributos que caracterizam uma “marca coletiva” à luz das normas, do mercado e das relações, a montante e a jusante, sob duas lógicas: a lógica setorial e a lógica territorial⁵⁵.

A lógica setorial supõe um produto construído dentro de uma regularidade dos insumos e segue a padronização do produto e do processo para um mercado genérico, dominado pela diferenciação tecnológica ou pela conformidade da matéria-prima; as relações ocorrem em função da melhor remuneração à qualidade de conformidade, minimização de custos considerados coletivos e contratos padrões.

A lógica territorial supõe uma concorrência organizada pelas organizações interprofissionais. As normas e as regras de organização são determinadas em função das especificidades locais ou nativas, o que induz a uma segmentação. As relações, a montante e a jusante ocorrem diante de um mercado especializado e de forte relações

⁵⁴ A “especificidade dos ativos”, cujo custo de oportunidade é muito pequeno em usos alternativos, particularmente quando estes ativos são especializados e mais difíceis de serem (re) empregados sem sacrifício do seu valor produtivo, instigam os agentes econômicos a fazer investimentos e direcionar esforços de uso específico, tendendo a se organizar em estruturas verticalizadas para evitar os custos de transação no caso de acontecer ruptura contratual. O sinal coletivo de qualidade, neste *approche*, é interpretado pelos produtores como redutor dessas dificuldades, dado o caráter da tipicidade que geralmente agrega-se a um bem de marca coletiva, a exemplo do que ocorre com os produtos de *Appellation d'Origine Contrôlée* - AOC, concernentes aos aspectos tipicamente culturais, agroclimáticos, saber fazer - tradição, que se portam como singular às qualidades do produto.

⁵⁵ Allaire e Sylva (2000), idealizadores de uma nova abordagem que estudam “dinâmica da qualidade agroalimentar e desenvolvimento territorial” tratam das especificidades locais como potenciais indutores na construção da qualidade sob duas lógicas de governança: uma lógica setorial centrada no desenvolvimento do produto, e uma lógica territorial, centrada no desenvolvimento das atividades da região ou local

interprofissionais, por razões de técnicas heterogêneas e pelo consenso que melhor resguarde as questões convencionadas.

A distinção entre as duas lógicas conduz a uma tipologia, para entender a coordenação de uma “marca de qualidade coletiva”, sob dois tipos de governança: governança setorial e governança territorial.

No caso da “governança setorial”, a relação entre os atores está concentrada no desenvolvimento do produto. As funções coletivas mínimas são asseguradas. A estrutura de mercado se atrela à indústria ou aos artesãos, por meio de uma coordenação informal para valorizar o produto.

Os eventuais excedentes ou déficit de volumes são compensados pelo uso de alternativas de matéria-prima e pelas definições diferenciadas que podem ser adotadas com base em produtos já existentes no mercado. Podendo-se, neste caso, chegar à deliberação de produto específico, ou seja, a valorização de um produto por meio de sua diferenciação *vis à vis* os produtos correntes do mesmo tipo.

No caso da “governança territorial”, os objetivos são de início definidos em relação à manutenção ou do desenvolvimento das atividades daquela região ou local. Supõe-se que, paralelamente às normas estritamente centradas sobre o produto (condições de produção, definição de produtos e modalidades de comercialização), sejam definidas as normas e regras susceptíveis às condições e tipicidades de origem (proteção ambiental, fixação de mão-de-obra, utilização de insumos específicos).

Nos dois casos, a articulação do público e do privado, na configuração do conjunto de normas e regras, delimita as condições de cada ator, em participar da construção e reputação da marca de forma coordenada.

Um exemplo-chave de propriedade coletiva, gerada a partir de um processo coordenado, e que espelha um caso a ser seguido, é o caso de produtos de “Denominação de Origem Controlada”, concebidos em sua maioria com base em gestão interprofissional (associações, organizações etc.) e com incentivo do Poder Público (a exemplo do Instituto Nacional de Apelação de Origem – INAO na França), historicamente, que repousa sobre a tipicidade das técnicas de saber fazer, distribuídas entre a multiplicidade de atores em interação tradicional e atividades complementares ao longo da cadeia produtiva.

A criação e a comercialização da marca coletiva funcionam como uma cadeia produtiva ou como uma organização econômica, dentro da qual a cooperação entre os atores é ligada ao fato de que as ações complementares de uns sobre os outros se traduzem na melhoria no nível do plano individual.

A cooperação, neste caso, permite a realização de um fator econômico, reproduzido na marca coletiva, que se porta como uma “quase-renda”, no sentido marshalliano. Este fator passa a ser específico da organização e da forma de cooperação que sustenta, inclusive com possibilidade de regular e de proteger como uma vantagem competitiva de origem coletiva.

Assume uma presença relativa no âmbito da cooperação, dependendo do grau de mobilidade e dos custos de engajamento (entrada ou saída da organização) por cada nível do processo de criação e comercialização. Esta forma de organização, arquitetada com base no potencial econômico da marca, é submetida ao caráter coletivo de um conjunto de normas e regras sob as quais os atores se articulam e aderem coletivamente, com o objeto de obter uma reputação agregada ao produto comum que constitui no fundo, a variável bem comum dos membros desta organização.

Neste ponto, PIERRE e SYLVANDER (1999) chamam atenção para os riscos no sentido contrário deste objeto, que seriam os riscos de degradação da qualidade, em função, de um lado, da limitação de entrada dos atores na organização ou da não apropriação pelos atores dos benefícios da marca, e de outro lado, de uma abertura à organização sem restrição às normas e regras, com degradação das técnicas e tipicidades agregadas ao bem, ou seja, a entrada de atores sem distinção, mesmo que siga a risca os padrões, não preservando a autenticidade da marca.

Esta estratégia baseia-se no fato de se saber quais tipicidades de recursos e conhecimento são selecionadas pela organização, na obtenção da marca coletiva. Isto porque a especificidade da relação e sua frequência em matéria de prática das atividades ao longo da cadeia repousam sobre o controle e detenção dos recursos específicos, compartilhados no campo de estabilidade das relações, em que todos os atores participem de sua construção.

Entretanto, iniciativas de construção de marca coletiva, tomada como um bem comum na fruticultura regional, ainda não se consolidaram a ponto de atender todo o exposto anteriormente. Como iniciativas que ainda procuram se consolidar tem-se a marca BGMB, para uva produzida no Vale do São Francisco-PE, e da marca VISÃO, como caso específico do melão produzido no Assentamento de Baraúnas, Rio Grande do Norte.

Nos dois casos, a condução do fluxo: produção - comercialização - consumo é monitorada por meio da própria organização, numa situação de concorrência vertical em que a organização de produtores exerce todo o fluxo, numa aproximação à lógica setorial.

5.5 – A inovação tecnológica como estratégia para obter qualidade

A inovação, estratégia fundamental no processo concorrencial adotado pelas firmas na busca de espaços de valorização de mercado, tem atingido, no desenvolvimento da fruticultura irrigada do Nordeste, importância capital. Percebem-se transformações estruturais ao longo de toda a cadeia produtiva e, particularmente, a ocorrência de transformações ligadas à qualidade dos frutos.

Embora os seus estágios de aplicação estejam em níveis diferentes, ou seja, seu grau de contribuição para o desenvolvimento de cada subsistema (processamento agroindustrial, comercialização de frutas frescas ou agrocomercial), bem como na política de adoção entre as empresas (empresas líderes, empresas integradas) e dentro de cada

empresa participante, sejam diferentes, as inovações, tendo em vista a diferenciação dos frutos, são mais restritas ao círculo das empresas líderes.

As empresas líderes (particularmente associadas à VALEEXPORT, no caso do Vale do São Francisco, ou detentoras de grandes áreas de produção, no caso das empresas localizadas nos outros pólos), tendem a assumir condutas do tipo “estratégia ofensiva” com o objetivo de obter a liderança técnica e de mercado, por serem as primeiras na introdução de uma inovação (novos produtos e/ou novos processos) frente a seus concorrentes. Para adotar esta estratégia, percebem-se os esforços das empresas em investir em P&D juntamente com a adoção de acordo de cooperação com consultorias a contratação de pesquisa e o recrutamento de técnicos cientistas.

Ainda nesse grupo seletivo de empresas, percebe-se, por parte de algumas, uma conduta do tipo “estratégia defensiva”, em que não desejam ser as primeiras a inovar, mas também não desejam ser deixadas para trás no momento da mudança tecnológica. Essas empresas procuram se resguardar dos riscos envolvidos no pioneirismo da inovação e procuram se beneficiar dos erros dos que estão à frente do processo inovativo.

Nesse ponto, essas empresas agroexportadoras de frutas frescas buscam inovar, sempre de olho no mercado internacional, seja para diferenciar seus produtos frente a um mercado externo competitivo, o que por sua vez pode se reverter em qualidade frente aos concorrentes potenciais como Espanha, África do Sul, México e Israel, países produtores de frutas, como manga, uva e melão, que tradicionalmente inovam na busca de qualidade, seja para tentar reduzir custos com o fim principal de expandir a luta concorrencial.

Ao lado dessas empresas líderes, atuam aquelas empresas não líderes, que tendem a assumir condutas do tipo imitativas/oportunísticas. A empresa imitadora para ser bem-sucedida, de forma a não ser suprimida pelas inovadoras ofensivas, depende de fatores exteriores. Estes fatores são mercado “cativo” e vantagens de custo. No primeiro, as firmas obtêm vantagens especiais, que variam desde uma posição privilegiada até o estabelecimento de contratos típicos de reputação do produto. Essa estratégia tem sua escala de adoção na agroindústria exclusiva processadora regional, não recebendo muita influência do processo inovador das empresas agroexportadoras de frutas frescas.

De um modo geral, mesmo as pequenas empresas ou pequenos produtores de frutas nesses pólos são contagiados a inovar seu produto, embora diante de uma fragilidade da concorrência que não as pressiona a fazer qualquer mudança, já que seus produtos são comercializados no mercado local (mercado do produtor de Juazeiro-BA ou a pequenos intermediários), além da falta de capacitação técnica necessária para fazer mudança de produto, tornando-se vulneráveis as mudanças tecnológicas exógenas, via parcerias.

5.5.1-Flexibilizar a produção

Na corrida por estruturar um modelo produtivo exportador, a fruticultura tropical irrigada no Nordeste se volta à flexibilidade da produção agrícola, valendo-se da

extensão do calendário agrícola como suporte de pesquisas em desenvolvimento de novas variedades e métodos de colheita.

Da variedade de uma única colheita para duas colheitas/ano, do cultivo consorciado com culturas de ciclo curto para um cultivo intensivo, demandante de recursos especializados e mão-de-obra qualificada, da colheita tradicional para uma colheita dirigida, com um transporte intermediário mecanizado e com uso de envases plásticos para proteger os frutos, evitando assim danos físicos aos frutos, configura-se um novo processo de produção de frutas para o consumo direto, nos pólos irrigados do Nordeste.

Estruturas produtivas mais lucrativas, mediante a produção de lotes menores, de uma diferenciação de produtos (produtos específicos) e conseqüente aproveitamento de espaços de mercado sazonal, marcam essa flexibilidade, acrescida do aumento dos rendimentos operacionais e da capacidade da empresa em lidar com novos produtos.

É importante assinalar os impactos de tecnologias consideradas genéricas nessas tendências ao longo das etapas de produção, tais como: informática, biotecnologia e automatização de processos, com presenças marcantes em nível tanto da produção agrícola como do beneficiamento.

A produção agrícola, para responder às exigências das empresas processadoras ou dos distribuidores dos produtos finais (produtos frescos), com ênfase na concorrência pelo critério da qualidade proveniente dos mercados, passa a exigir novos estabelecimentos de relações no setor agrícola - agroindústria e/ou agrícola - distribuição, com base num conjunto de serviços de apoio à produção e de relações de cooperação.

Essas exigências provenientes do mercado, bem como as restrições decorrentes de suas relações com os produtores de matérias-primas, lembram às empresas agroexportadoras que elas também precisam se comportar como qualquer outra indústria, no tocante às questões de fluxos logísticos (físico e de informações) e às transações comerciais e financeiras (flutuações de preços, ações da bolsa, créditos bancários), frente à concorrência e às tendências no sistema agroalimentar e na agroindústria, que apontam para uma dinâmica, caracterizada pelos consumidores cada vez mais ligados à produção agrícola e condicionados a transmitir informações aos produtores de maneira eficaz para executar as funções previstas, nas relações produtos agrícolas – distribuição.

Isso generaliza o surgimento de produtos que preenchem uma função alimentar e que, ao mesmo tempo, integram a noção de serviços aos consumidores, fazendo evoluir progressivamente a definição por marcas, a terceirização e a parceria na agroalimentação, bem como uma redefinição nas relações entre as empresas e seu meio ambiente.

5.5.2-Novas disposições de embalagens – percepção da qualidade

Se partirmos do pressuposto de que a fruta tende a depreciar a partir do momento em que é destacada da planta, chegaremos a conclusão que devemos fazer tudo o que estiver ao alcance do processo de manutenção da qualidade.

Uma das perdas mais significativas enfrentadas hoje pelos produtores de frutas é a perda fisiológica, decorrente de fatores endógenos metabólicos. Estas perdas, acrescidas de danos mecânicos decorrentes do transporte e manuseio das frutas, podem, entretanto, ser de substancial importância econômica na comercialização, onde usualmente são referidas como defeitos dos frutos que são refugados e taxados de má qualidade.

Uma alternativa para romper com essa possibilidade de perda é a escolha do método e do tipo de embalagem. Os avanços em considerar o tipo de produto a ser transportado e o tipo de dano que pode eventualmente ocorrer aos frutos, do *packing house* ao ponto final de consumo, são tidos como o grande segredo da inovação via embalagens de frutas frescas.

Usar padrões de classificação, colocar produtos de tamanho ou em quantidade uniforme em cada embalagem, colocar apenas frutos com nível uniforme de maturação como parte de um processo de beneficiamento na estrutura do *packing house* é um processo de rotina, porém inovador na fruticultura irrigada do Nordeste.

A padronização das embalagens, inclusive com especificações do produtor e do comprador (importador-distribuidor) e de acordo com as regulamentações específicas, reflete na importância econômica do produto.

Neste ponto, o mercado europeu é um dos mais exigentes. Primeiro, a comercialização varejista de hortifrutos expõe os produtos diretamente nas embalagens, estampando a origem do produto, a classificação e a padronização como sinal de qualidade. Segundo, a embalagem, além de apresentar uma padronização que facilite a comercialização e até certo ponto promova o produto, tem que ser reciclável (caixas de papelão, por exemplo), cujo país de maior influência para tanto é a Alemanha.

Em definitivo, nas palavras de um técnico gerente de um *packing house* de manga no pólo de Petrolina, quando indagado sobre a importância em inovar em embalagens de frutas frescas:

.... a embalagem utilizada dependerá fundamentalmente de qual seja o produto e que permitirá manter as características da fruta, com maior facilidade ao transporte e a comercialização final. Neste sentido, no futuro serão os distribuidores varejistas os que irão impor as tendências dominantes em matéria de embalagens de frutas, principalmente no mercado internacional....

Enfim, o descuido com a embalagem para a fruticultura pode fazer perder os esforços em termos de qualidade final das frutas, posto que uma fruta de excelente qualidade em uma embalagem inferior perderá importante oportunidade de mercado.

5.5.3-A reputação via inovação estratégica de tratamentos quarentenários

Mesmo diante de um contexto de abertura do mercado mundial, os países importadores de frutas tropicais têm estabelecido barreiras fitossanitárias ditas

quarentenárias para evitar a introdução de pragas e doenças, bem como para manter a boa qualidade do produto. Conseqüentemente, tratamentos quarentenários pós-colheita, em que o processo físico é tomado como alternativa para a utilização de produtos químicos, tendo em vista o efeito prejudicial destes ao ambiente e à saúde humana, surgem como uma das estratégias de inovação.

Nesse contexto, a preocupação das empresas agroexportadoras com os regulamentos, as normas técnicas e fitossanitárias está em entender a influência destas na perda de competitividade externa, uma vez que o exportador precisa adaptar seu produto às exigências do país importador, o que gera custo adicional, que poderá se transformar em efetivo protecionismo à entrada no mercado.

Supor que os países se articulam, estabelecendo acordos para elevar suas relações de troca, e que os exportadores necessitam desenvolver estratégias para se adaptar a nova ordem dos mercados, sob barreiras e normas impostas ao seu produto, soaria como uma sintonia com as mudanças e tendências dessas normas, tornando um elemento básico ou estratégia de inserção em mercados importadores.

O compartilhamento dos mecanismos para implementação dessas estratégias, entre governo e setor privado exportador, para equilibrar a oferta de produtos de qualidade e proteger tanto o produtor como o consumidor, traduz-se na construção ou melhoria da reputação do produto e/ou da empresa agroexportadora, sob a constatação de que aquele fruto é admissível naquele mercado.

Situações dessa natureza, como estratégia competitiva, têm sido perseguidas com mais freqüência por agroexportadoras de frutas brasileiras, nos últimos anos, embora na maior parte dos casos destinem-se a construir a imagem do produto como “originários de áreas livres de pragas”, respaldadas na Convenção Internacional de Proteção Fitosanitárias (CIPF) aprovada pela FAO no sexto período de sessões realizado em 1951, em vigor a partir de abril de 1952 com exaustivas revisões, considerando as inovações das técnicas e práticas fitossanitárias a fim de harmonizá-las com os novos conceitos utilizados pela Organização Mundial do Comércio - OMC sobre a aplicação de Medidas Sanitárias e Fitosanitárias (SPS). Como exemplo, vale tomar o da marca “Mamão Caliman”, originário da Caliman Agrícola Ltda., empresa localizada no Estado do Espírito Santo, e o do Melão Maisa”, originário da Agroindústria Maisa S. A., empresa localizada no Pólo Irrigado de Açu-Mossoro, Estado do Rio Grande do Norte.

O que está por trás desta mudança? No passado, estratégias de melhoria de imagem do produto via estratégias fitossanitárias eram respaldadas pelo uso de produtos químicos, particularmente no estágio de pós-colheita, não merecendo atenção nem espaço na estrutura da empresa/produtor as questões interligadas aos malefícios residuais desses produtos para os consumidores e para o meioambiente.

As empresas agroexportadoras de frutas frescas, que se direcionaram na busca de tratamentos alternativos na corrente das exigências do mercado internacional, tomaram cuidados que abrangem desde a produção própria, a quantidade suficiente de adubo orgânico e mudas, até os rígidos controles sanitários, como a lavagem de cada fruta

em água clorada, secagem e choque térmico por variação de temperatura de água, atrelados ao ponto exato de colheita e ao tempo de cada processo.

Neste escopo, percebe-se que o número de empresas agroexportadoras que investiram em tecnologia de tratamentos pós-colheita cresceu nas últimas safras. Dados disponíveis na VALEXPORT indicam que o número de empresas que inovaram, via implantação de *packing house*, estrutura e técnica de refrigeração e de acondicionamento, saltou, nos 12 últimos anos, de 03 para 46 packings cadastrados em 2001, sendo que, destes, 21 encontravam-se agregados a instalações frigoríficas, apresentando uma capacidade média de produção por packing de 100t/dia para manga e 20t/dia para uva, correspondendo ao número de empresas interligadas pelo acordo MAA/BR-FDA/USDA-EUA.

Norteadora das ações de produção e comercialização de frutas frescas nos pólos irrigados do Nordeste, essa estrutura encaminha-se, cada vez mais, para o profissionalismo da fruticultura regional galgado em qualidade encarada como um processo industrial, no qual as instalações de packing house são tomadas como suporte de rotinas de trabalho semelhantes a linhas de produção, com o controle das atividades.

Como numa linha de processo industrial, o conjunto de atividades constituído da recepção, limpeza, classificação, seleção, banhos hidrotérmicos, embalagem e peletização, pré-resfriamento, acondicionamento em armazém frigorífico, transporte e embarque dos frutos, sob níveis de umidade e refrigeração controlados, se não constrói qualidade organoléptica, no mínimo agrega valor econômico aos frutos, traduzido nos atributos de conservação e manutenção das características fisiológicas dos mesmos.

Realizadas sob significativa ordem de exigência, essas atividades, em seu conjunto, possibilitam total segurança dos resultados refletidos na qualidade final dos frutos, como conseqüência do progresso técnico desse ramo produtivo.

A distribuição, como elo final da cadeia e fazendo a ligação com o consumidor por meio da exposição das frutas à seleção seguida da compra, passou a contabilizar como mais rigor os custos das perdas e reposição desses produtos, exigindo estabilidade do abastecimento e contrato de consignação na aquisição dos frutos, em conseqüência impondo ao produtor uma espécie de caixa de regras e parâmetros com vista ao atendimento desses pontos e melhoria da qualidade.

Nessa lógica, empresas agroexportadoras e distribuidores no âmbito internacional identificam as estratégias de aproximação e articulação sob um fluxo de informações uniformes (sobre o produto e respectiva comercialização com base nas necessidades do consumidor) como pontos fortes de mercado.

5.6- Da produção ao consumo: a comercialização

5.6.1-Mudanças nos padrões de comercialização

De forma estratégica, a comercialização atualmente fortalece a ligação da produção agrícola ao consumidor. Esta ponte tem duas vias: a primeira via realiza a atividade mais elementar do comércio que é a distribuição da produção, envolvendo aspectos de arregimentação, classificação, embalagem, transporte e distribuição; a segunda via realiza uma outra atividade mais sutil que é traduzir os desejos e necessidades do consumidor em uma demanda concreta por produtos, envolvendo aspectos de organização e *marketing* associados ao uso do produto com vista às expectativas do consumidor, Green (1994).

No caso da comercialização de frutas frescas destinadas ao comércio internacional, a relação entre essas duas vias tem sido ditada pelas características específicas dos produtos, pela concentração das áreas de produção no conjunto de empresas agroexportadoras e/ou agroindústrias processadoras, e pela presença de importadores/distribuidores especializados e exigentes em qualidade.

Para as empresas agroexportadoras, a complexidade da comercialização com vista à exportação de frutas frescas, além do atendimento de um conjunto de exigências burocráticas e tarifárias do governo, os agentes importadores, tem exigido dos produtores investimentos em tecnologias de pós-colheita, qualificação de mão-de-obra e implantação de infra-estrutura de manuseio, acondicionamento e transporte intermediário em escala crescente e substituível a cada safra. Conforme um empresário da direção do Grupo Empresarial Agroexportador Maravilha, tem-se que...

(.....) os importadores chegam na fazenda condicionadas pelas exigências dos consumidores por atributos de qualidade, não somente verificando aqueles vistos de forma externa nas frutas, mas visitando as instalações para ver o nível de limpeza e segurança na hora de classificar, embalar, transportar e acondicionar as frutas. Chegam ao ponto de exigir telas de proteção nas luminárias, pintura e recuperação das instalações e construções civis em cada safra, sem contar com a imposição de cláusulas fitossanitárias contratuais respaldadas em acordos com participação do governo (.....)

Contudo, essa complexidade também se apresenta no âmbito do mercado interno, com o fortalecimento da atuação das grandes cadeias varejistas, cuja implementação de uma sistemática de comercialização de hortifrutos encontra coro na tese de Maluf (1992:56):

(...) o fortalecimento das grandes cadeias de varejo (supermercados) afeta a própria organização e o funcionamento do atacado de hortifrutos, à semelhança do que ocorre em outros produtos. As cadeias de supermercados têm condições de criar

alternativas à estrutura existente, através do estabelecimento de vínculos diretos com a esfera produtiva.(...)

Por meio do fortalecimento desses vínculos, a ação das grandes cadeias de varejo está cada vez mais interessada na regularidade e na qualidade do suprimento desses produtos e, por isso, procura facilitar a realização de diversas funções técnicas, como o transporte, o armazenamento, a manipulação e a disposição final para o consumidor.

Ao sair da propriedade agrícola, os frutos já classificados e padronizados, mediante marcas comerciais que despertam a atenção do consumidor, encontram suporte no desenvolvimento da cadeia da qualidade daquele supermercado, como âncora das estratégias de concorrência. Para tanto, a produção encontra-se atrelada a uma coordenação tipo horizontal, com os produtores adequando-se às regras e exigências do contrato de comercialização quanto aos atributos de qualidade e regularidade da oferta, estabelecidas pelo supermercado.

Para CARRARO e CUNHA (1994:46), as principais razões pelas quais esses agentes se lançaram à comercialização de produtos frescos de qualidade ou diferenciados, dizem respeito à influência que os mesmos exercem na escolha do consumidor entre uma cadeia de supermercados e outra. Isto se fundamenta na enorme padronização de produtos industrializados, em que a diferença dos mesmos não é percebida pelo consumidor entre as grandes cadeias, o que não ocorre com os produtos frescos, a exemplo das frutas, que são expostos nos supermercados em condições de garantir a qualidade (diferenciação dos produtos) e preços melhores em relação à concorrência.

O crescimento da importância dessas estratégias de comercialização, no tocante à agregação de valor econômico ao fruto, construção de uma vantagem diferencial sobre a concorrência, pode ser verificado com base na adição de valores ao longo da cadeia, onde os segmentos de beneficiamento pós-colheita e distribuição têm aumentado sua participação.

Este crescimento reflete uma aproximação entre o segmento agrícola e o segmento comercialização e distribuição que, na avaliação de Maluf, deve-se à subordinação da produção ao grande capital comercial localizado na última etapa de circulação dos produtos, com sua realização no consumo final.

Quanto à importância da comercialização de frutas frescas, as empresas produtoras nos pólos irrigados da região Nordeste apresentam uma nítida tendência a impulsionar técnicas e tratamentos de pós-colheita por meio de processos físicos e/ou hidrotérmicos, abandonando paulatinamente os processos com base na utilização de produtos químicos como forma de indução e em respeito à regulamentação oficial que trata da permissão mínima de resíduos agroquímicos nesses produtos.

5.6.2- A distribuição como elo estratégico na melhoria da qualidade

A concorrência transacional numa cadeia produtiva é estabelecida quando um de seus participantes percebe nos outros, a montante ou a jusante, um comportamento

que o impede de alcançar seus objetivos. Assim, as razões mais comumente mencionadas para explicar tais conflitos seriam a diminuição da rentabilidade daquele participante (produtor agrícola, empresa agroexportadora), as reações em face dos movimentos de concentração ao longo da cadeia produtiva e a procura de posições de poder econômico de um de seus membros sobre os demais.

Neste contexto, a compreensão da lógica das transações pelos agentes econômicos ao longo da cadeia torna possível a obtenção de vantagens sobre seu próprio ambiente, visto que segundo Porter, além da estrutura econômica à qual o setor é submetido, a concorrência pela presença dos distribuidores é fortemente determinada pelo poder de negociação dos clientes (comportamento dos consumidores) e fornecedores (relações com estruturas de produção).

A distribuição se fortalece como “elo emergente” da cadeia e indutora de novas relações ao longo da mesma. Pois aquela situação em que as indústrias exerciam uma dominação notória em suas relações com os distribuidores (a desorganização dos varejistas contribuindo bastante para tal, de forma que as indústrias e os distribuidores desenvolviam-se em detrimento de seus concorrentes intra-setoriais menos eficazes) tem passado por transformações, nas quais os distribuidores formulam suas estratégias a partir do grau de relacionamento com os produtores influenciados fortemente, por sua vez, pelas informações, mudanças e tendências advindas do consumidor.

Nesta ótica, o setor supermercadista aumentou consideravelmente o poder da distribuição em face da indústria, conferindo aos distribuidores, no seio das cadeias alimentares, a possibilidade de aumentar suas margens de comercialização. Entretanto, enfraquecidos por uma concorrência horizontal baseada em parte nos preços, os distribuidores só podem melhorar as margens, dirigindo-se na direção dos agentes produtores, ou seja, buscando estrategicamente a estabilidade do abastecimento e a melhoria da qualidade dos produtos e serviços.

O fortalecimento da grande distribuição parece tornar-se mais claro nas mensurações de RASTOIN (1993) que, escrevendo sobre as tendências da agroindústria no mundo, chamou atenção para o montante de vendas da indústria de alimentação por meio de grandes redes de distribuição, algo em torno de 70%. BELIK (1995), tomando por base o censo comercial de 1985 para o Brasil, destaca que os supermercados e hipermercados respondiam pela comercialização de 78% das carnes conservadas, 74% dos hortigranjeiros, 72% dos cereais e leguminosas e 71% dos laticínios e gêneros de primeira necessidade.

Para esses dois autores, não há como ignorar esta nova realidade imposta pela moderna distribuição e as conseqüências que traz para a cadeia agroalimentar, cuja política de compras se baseia cada vez mais na relação preço/qualidade exigida, sendo a prática de margens reduzidas uma realidade do setor, fundamentada na redução dos custos de compra das mercadorias, na escala de comercialização e na estabilidade do abastecimento de padrões. É justamente esta tentativa de aumentar as margens praticadas e de repassar as baixas de preços aos industriais que leva o segmento de distribuidores a uma concorrência transacional bastante pronunciada.

Esta valorização dos componentes imateriais (qualidade de percepção sob atributos que revelam tradição, origem etc.) beneficia, sobretudo, a distribuição, pois, nas relações diretas com os consumidores, estes estão mais aptos para reagirem às mudanças advindas da demanda e, como consequência, barganham melhores condições de negociação com fornecedores diretos (produtores de hortifrutigranjeiros), sendo incontestável que os fornecedores (indústria de alimentação, agentes intermediários) e o setor de supermercados encontram-se, atualmente, em uma situação de dependência mútua, de forma que, nas palavras do gerente técnico da COOMANBA:

(...) a grande distribuição, por seu lado, contribui para a concentração do segmento produtor de frutas, privilegiando produtores com melhor desempenho. Por outro, os produtores, com a preocupação de diminuir suas perdas na comercialização, terminam por fazer opção por compradores que demonstram maior confiança em poder negociar importantes volumes de frutas durante todo período de safra (...).

Relações duradouras neste sentido podem tornar-se uma fonte de vantagens competitivas, em que importantes economias podem ser realizadas, caracterizadas pela parceria, sobretudo, na vontade de baixar os custos na otimização do conjunto de operações de interface, como fluxo de mercadorias e de informações que visam a obtenção de uma posição concorrencial em qualidade.

Relevante a esta possibilidade, a distribuição ao longo da cadeia agroalimentar, hoje caracterizada pela ação dos supermercados, com vista à introdução e ao crescimento das marcas próprias do varejo, tem, por sua vez, provocado uma mudança radical nos fluxos de abastecimento. O crescimento da oferta deste tipo de produto já atinge cifra da ordem de 25% na oferta de produtos de supermercados em países desenvolvidos (Belik, 1995 op cit:28).

De fato, conhecendo profundamente os hábitos dos seus consumidores, os supermercados aumentaram o poder de mercado oferecendo produtos no paladar, na apresentação e na qualidade de preferência dos seus clientes. Ao mesmo tempo, com a difusão de determinadas tecnologias industriais, com os avanços da informática, e do *marketing* estratégico, deixaram de ser exclusividades de determinadas empresas a posição de detentoras de marcas e a produção de alimentos de qualidade. A união destas realidades tem permitido o crescimento da oferta de produtos de qualidade a preços competitivos tendo como base às relações de parcerias entre pequenas empresas - produtores – supermercados.

Outros segmentos da distribuição também já consolidam posições diretas junto aos produtores de frutas. Um é o segmento que proporciona refeições coletivas ou refeições fora de casa, com a possibilidade de ofertar alimentos de qualidade ao consumidor final (produtos frescos e naturais), ampliando o relacionamento direto produtor-distribuidor e dando oportunidades ao desenvolvimento da pequena fruticultura. O outro é o segmento que abastece as butiques ou sacolões especializados em hortifrutigranjeiros que, numa estratégia de segmentação de mercado, comercializam produtos diferenciados e agregam serviços de conveniência ao consumidor, sob um forte relacionamento com o produtor, a

ponto de numa iniciativa comum trabalhar cultivos exclusivos de variedades ou espécies comercializadas exclusivamente naquela boutique ou sacolão.

5.6.3- Estratégias de abastecimento da grande distribuição de frutas na União Européia

As cadeias de supermercados e hipermercados souberam melhor do que quaisquer de seus concorrentes adaptar com rapidez suas estratégias de abastecimento de frutas para responder antes e melhor às novas características da demanda e ampliar sua cota de mercado.

Como elo coordenador do processo de comercialização de frutas e legumes, para CODRON (1994), os grandes distribuidores são novos operadores na cadeia produtiva e que de seu lado, têm suas estratégias caracterizadas em dois níveis: em um nível de organização comercial e em um nível de adaptação a demanda.

No primeiro nível, as estratégias adotadas para incrementar esta cota de mercado têm na planificação do abastecimento e no fortalecimento das relações com os fornecedores o principal fator. No segundo, a estratégia nos seus aspectos organizacional e comercial antepõe-se às preferências dos consumidores. Isso obriga o produtor a melhorar as suas técnicas, pois agora ele tem de ser capaz de oferecer produtos que atendam tanto às exigências de organização do setor comercial como às exigências de qualidade do consumidor.

Essas exigências da grande distribuição, aliadas á algumas características específicas do setor frutícola, têm contribuído na ocorrência das promoções centradas na origem dos produtos (regiões produtoras ou país estrangeiro), onde a procedência é um veículo de diferenciação do produto, entre produtos e também, entre estabelecimentos. Estas estratégias respondem a uma certa atenção dos consumidores e ao mesmo tempo, servem de elo comercial da vantagem competitiva advinda das tipicidades de produção.

Neste contexto, na União Européia, particularmente na França, a valorização de frutas com Indicação Geográfica - IG está no centro das estratégias de um crescente número de produtores, que se apóiam na notoriedade de sua região para tentar obter uma vantagem competitiva e poder valorizar sua produção.

De forma pontual, a análise das estratégias da grande distribuição em face destes produtos, no mercado francês, insere-se no projeto relativo à valorização das frutas frescas que se apóia nas condições regionais e nos recursos das empresas agrícolas produtoras, projeto conduzido pelo CEMAGREF - Montpellier, no quadro do programa de pesquisa “Agricultura Demain”, cuja principal atenção é identificar a percepção dos consumidores em relação às condições de desenvolvimento de estratégias competitivas, em torno de uma região caracterizada pelas aptidões agrícolas específicas de clima local, solo, água e luminosidade, pelos produtores de frutas e legumes.

ALAVOINE-MORNAS (1997), num contexto de forte concorrência da distribuição de frutas frescas no mercado europeu, levanta a hipótese de que os produtores

se confrontam cada vez mais com a necessidade de melhorar a qualidade desses produtos, mediante um melhoramento varietal e de técnicas de cultivo, com o argumento de ganhos de produtividade remetido ao segundo plano.

Enfim, os consumidores são confrontados com uma hiperseleção, e as frutas frescas subsistem à concorrência dos alimentos processados, uma vez que com os grandes distribuidores, em constantes esforços de inovação e de promoção para os produtos frescos e ultrafrescos, assumem em manter nas frutas a imagem de natureza, de saúde e de gosto associada aos produtos de origem controlada, como forma de diferenciação dos padrões standard impostos pela normalização.

Neste domínio de produtos frescos, para ALVOINE-MORNAS, a grande distribuição é constituída pela rede de grandes super e hipermercados que pesquisa e adota estratégias comerciais de coordenação, com o objetivo de melhorar sua imagem junto aos consumidores. Direccionam certos elementos estratégicos em relação aos fornecedores de frutas frescas em matéria de qualidade, utilizando-se de valores criados pelos clientes, como também de critérios de sinalização, que resultam de sinais de valor, tais que a publicidade e a notoriedade em face da aceitação do produto, se fazem importantes. Um conjunto dessas estratégias encontra-se no Quadro 06.

Desta forma, descrever as estratégias dos grandes distribuidores em relação à qualidade de frutas aponta para ações coordenadas, baseadas nos referenciais de uma convenção, cujas relações entre distribuidores e fornecedores se fazem inicialmente sob a égide da coordenação mercantil e industrial, em razão da importância das “normas” portadas na certificação oficial.

Entretanto, o interesse pela qualidade definida com base no carácter cultural, origem, proteção ambiental e satisfação do consumidor estabelece relações sob a égide da coordenação tipo industrial - cívica ou industrial-doméstica, tomando-se princípios e conveniências como suportes fundamentais destas relações de carácter durável.

Difundir a origem do produto constitui um elemento de informação, capaz de contribuir para reduzir a incerteza dos consumidores quanto à qualidade do produto. Daí, a estratégia dos distribuidores consiste em priorizar as questões relacionadas ao local, incentivando aos fornecedores de frutas adotar mecanismos que exibam o nome da marca e/ou distribuidor, atrelado à região ou ao país de origem das frutas, o calibre e a categoria, no ato da comercialização nos grandes magazines europeus.

Nas embalagens padronizadas e/ou nos selos de qualidade, verificaram-se, quase sempre em destaque, “informações dando por conta a origem do fruto e aspectos produtivos”, fato averiguado *in lócus* na central de comercialização de frutas e legumes de determinadas redes de super e hipermercados europeus, por ocasião de estudos naquele país, janeiro de 2000.

As estratégias em relação aos fornecedores, do ponto de vista dos grandes distribuidores, para responder às exigências qualitativas das frutas, apontam a integração e as relações duradouras, como forma de valorizar um modelo de produção que respeita

certas regras de qualidade, tais como apresentação dos produtos, sua qualidade gustativa, sua homogeneidade, continuidade da oferta, detalhes da entrega e logística, negociadas com suporte em dispositivos contratuais.

Quadro 06 - Estratégias dos grandes distribuidores varejistas no mercado europeu com vista ao ajuste dos atributos de qualidade de frutas frescas.

Grandes Firms	Estratégias com vista à qualidade de frutas	Estratégias <i>vis a vis</i> fornecedores
Carrefour	-Qualidade=gosto+frescor+saúde -Adoção dos conceitos e normas nacionais para controle e qualidade do produto, bem como de cláusulas contratuais para tanto; -Qualidade inserida no preço de mercado; -Importância aos produtos de origem francesa.	-Fazer parte do movimento de proteção ambiental; -Estabelecer relações duráveis com fornecedores; -Aproximar-se da produção e atuar como parte permanente da cadeia no sentido de induzir e/ou recomendar ações para melhor engajamento dos fornecedores na comercialização.
Casino	-Adoção de cláusulas contratuais com referência aos atributos de qualidade do produto; -Prioridade à origem francesa dos produtos;	-Selecionar fornecedores favoráveis ao estabelecimento de relações duráveis; -Engajar-se em relação à produção para valorizar certos produtos regionais.
Leclerc	-Adoção de um processo de negociação qualitativa do campo ao magazine; -Prioridade a uma segmentação de produtos de alto nível de qualidade; -Transformação do produto de qualidade num sinal positivo na relação magazine – consumidor.	-Estabelecer relações duráveis com certos fornecedores; -Otimizar a organização das relações entre a central e os fornecedores no que diz respeito à logística, escala de produção; -Priorizar aportes em relação à produção local e regional.
Monoprix	-Qualidade de frutas = maturidade e/ou seleção varietal se não das espécies; -Redução dos custos de transação e de logística com a melhoria de qualidade dos produtos; -Qualidade construída inicialmente pelo produtor e mantida pelo distribuidor.	-Estabelecer relações de colaboração nas diferentes etapas da cadeia para obter um produto de qualidade;
Pomona	-Prioridade aos produtos regionais e marcas correspondentes aos produtos tradicionais; -Desenvolvimento de um fluxo local de produtos que apresente qualidade controlada.	-Selecionar fornecedores que cumprem as cláusulas contratuais de qualidade, incluídas as normas de qualidade gustativa; -Estabelecer relações duráveis com os fornecedores organizados.

Fonte : Alavoine-Mornas, 1996 : In : INRA GDD

Contudo, isso reflete uma ação dos distribuidores em simplificar o fluxo da cadeia numa ação coordenada por meio de contratos de produção regional e/ou local que, por sua vez, podem traduzir uma grande dependência dos produtores e / ou fornecedores à grande distribuição, no tocante à comercialização e à promoção da qualidade de seus produtos.

Os aspectos acima referidos certamente constituem-se, para a fruticultura do Nordeste brasileiro, uma importante alternativa para a diversificação e expansão de sua produção e exportações, em consonância com o processo de globalização e liberalização dos mercados em geral.

Como consequência desse processo, de denominação exercida pela grande distribuição e de suas estratégias de abastecimento, verifica-se mudanças de caráter logístico e de organização na comercialização de frutas, que representam sobre todos os elos da cadeia, uma maior competição enfrentada pelos produtores-exportadores brasileiros, em que produtores-exportadores poucos preparados, com uma oferta que não atenda aos requisitos comerciais dos distribuidores são excluídos.

Para isso, urge mudar a orientação ao mercado que predomina e que supõe uma mudança na forma de conceber a relação entre os atores no mercado. Essa mudança exige uma atuação baseada na implementação de um sistema de informação sobre o mercado, em que saber traduzir a informação captada dotando o produto das características requeridas pelo consumo e por fim concretizar a relação qualidade/preço em longo prazo, fundamenta os fatores de vantagem competitiva duradoura.

5.6.4-Automação do sistema de comercialização como forma de rastrear o produto

O desenvolvimento da produção de frutas comerciais nos pólos irrigados da região Nordeste, articulado ao esforço da racionalização dos circuitos de comercialização, tem nas peculiaridades do produto, na compressão dos custos de distribuição e no atendimento às exigências de qualidade uma realidade com vista a construir um sistema de comercialização ágil e complexo frente ao mercado internacional.

Essa realidade, fortalecida pela crescente automação dos setores varejistas, como ponto final das cadeias produtivas frutícolas, poderá levar a uma restrição à comercialização de setores, em que as maiores possibilidades de crescimento estão justamente baseadas no fluxo de informações partindo do consumo, numa espécie de contra-fluxo da produção ao consumo.

Como alternativa estratégica, desponta à implantação de um Sistema Integrado de Comercialização de Frutas Frescas – SICFF, sob uma verticalização de automação no setor e adaptação dos contratos de consignação frente à diversidade de mercado.

Neste sistema, as transações comerciais se configuram nos circuitos do tipo produtor-consumidor-vendas diretas; circuitos de mercado constituídos em mercado de varejo via boutiques especializadas; circuitos integrados pela produção-expedição constituídos por supermercados, centrais de compra, plataformas.

Nessa configuração, dois esforços representam a evolução que ronda os circuitos de comercialização de frutas frescas, um em nível internacional e outro em nível regional, embora com pretensão de alcance nacional e internacional.

O primeiro esforço caracteriza-se pela integração entre a linguagem eletrônica coordenada pela Associação Brasileira da Automação (organização responsável pela coordenação dos códigos de barra), a ABRAS- Associação Brasileira de Supermercados e o Centro de Qualidade em Hortifruticultura com base nas ações que este último desenvolve dentro do “Programa Brasileiro para a Melhoria dos Padrões Comerciais e Embalagens de Hortifrutigranjeiros”, cuja base física encontra-se centrada na CEAGESP – Central de Abastecimento da Grande São Paulo e apoio institucional do Ministério da Agricultura – MA.

A adoção dessa automação – codificação condiz com a criação de um código PLU Brasileiro, aonde PLU vem do inglês “Price Look Up” ou código verificador de preços, originalmente criado pelo PMA (Produce Marketing Association) dos Estados Unidos, que é a grande entidade responsável pela implantação desse processo de automação do setor naquele País, com extensão no Canadá, União Européia, Chile e Austrália. A experiência com o PLU em identificar produtos a granel, no momento da pesagem e na saída no caixa, possibilita ao distribuidor trabalhar com uma diversidade dentro de um mesmo produto, diferente em termos de qualidade e saber, vendidos a preços diferentes.

Sobretudo, a adoção dessa codificação precisa ser baseada em parâmetros mensuráveis a partir da descrição do produto, origem, manejo agrícola, classificação e padronização, fundamentais para perfeita identificação do mesmo, dando agilidade ao circuito de comercialização, pontualidade às informações e suporte a rastreabilidade do mesmo.

Essa padronização e classificação aproximam-se cada vez mais daquela empregada pela indústria alimentícia, onde a identificação de uma fruta, por exemplo “manga rosa”, não nos diz muita coisa. A manga precisa ter especificações tão definidas quanto um alimento processado. Para um correto gerenciamento do produto, precisamos saber a categoria, o calibre, a variedade, o distribuidor/produtor, a classe, por fim o padrão de qualidade, caracterizando dessa forma o “rótulo do produto” a ser codificado.

O rótulo passa a ter uma função de certificado de origem da fruta fresca, além de portar informações que garantem a sua rastreabilidade. A rotulagem, de uso obrigatório e regulamentado na indústria de alimentos pelo governo como identidade do alimento, indicando a origem e os atributos básicos dos produtos, é vista como alternativa para configurar a imagem das frutas.

Consciente das exigências dessa evolução quanto aos padrões de qualidade, os produtores e distribuidores desviam suas atenções à necessidade de investir na imagem comercial dos hortifrutos e na aceitação do julgamento do consumidor, hoje mais atento e informado sobre seus direitos e necessidades, utilizando-se da automação da rotulagem como mecanismo de sinalizar a qualidade via comunicação comercial.

O casamento do sistema de codificação e do programa de padronização e classificação de frutas frescas torna possível saber que produto prefere o consumidor e/ou

distribuidor varejista, se prefere uma fruta maior ou menor, se a preferência tende à determinada variedade.

A automação desses indicadores, em forma de um rótulo codificado, permite uma coordenação e um gerenciamento das informações a respeito do produto ao longo da cadeia produtiva, de forma que uma manga CAT I, calibre 4, variedade Tommy Akis, considerada de qualidade superior seja encaminhada para a comercialização especializada e de grande exigência, e uma Manga CAT II, calibre 2, mesma variedade, para um sacolão ou boxes de CEASAS ou feiras livres populares.

Além disso, possibilita segurança na comercialização via rastreabilidade do produto. Na maioria das vezes em que decisões e medidas de retaliações comerciais são tomadas, de forma unilateral, quando identificados elementos que comprometem a segurança do consumo, inexistem um fluxo de informações sobre a origem do produto e um monitoramento a contento.

No nível regional o acompanhamento e o monitoramento das frutas produzidas nos pólos irrigados do Nordeste, recebem a cada ano uma maior atenção com a intensificação do controle dos pomares sob a responsabilidade de um técnico certificador, ou seja, capacitado para emitir o Certificado Fitossanitário de Origem – CFO, de modelo padrão para diferentes atores, que exibe indicadores de marcas e quantidades de produtos químicos utilizados com vista a identificar aspectos residuais, presença de pragas e doenças, condições fisiológicas dos frutos, além da identificação do produtor, lote de cultivo, datas e atividades agrícolas.

Acompanhando o produto no ato da comercialização, essencialmente para o mercado dos Estados Unidos e da União Européia, o CFO funciona como certificado de segurança e como sinal de qualidade (conjunto de informações sobre o fruto), permitindo a implementação de fluxo de conhecimento sobre a origem daquele fruto.

Disponibilizar de um sistema de comercialização integrado aos diversos mercados interno e externo virou realidade a partir de agosto de 1999, quando os fruticultores e compradores de frutas frescas no Vale do São Francisco, e conseqüentemente no Brasil e exterior, passaram a dispor do SICVALE – Sistema Integrado de Comercialização do Vale do São Francisco, situado em Petrolina-PE, como mecanismo regional de modernização na compra e venda de frutas.

Criado pela VALEEXPORT e pelo Ministério da Agricultura, o novo sistema foi idealizado para desenvolver uma forma de integrar a oferta e a demanda de frutas, organizando-as e criando uma concorrência saudável entre compradores e produtores.

Embora criado e adaptado às condições locais, com base nos sistemas exportadores utilizados na África do Sul e Nova Zelândia - o Marketing Board, onde o poder de monopólio sobre a comercialização, como forma de assegurar a qualidade do fruto, predomina sob o poder público, o SICVALE tem sua característica de sistema privado, em que prevalece o espírito de coordenação e cooperação entre produtores e empresas associadas.

A particularidade é que este sistema se integra ao mercado externo por intermédio das empresas nacionais que controlam a produção e atuam de forma cooperativa nas atividades de exportação e nas suas relações com os grupos que comandam o segmento da distribuição no mercado internacional.

O sistema está dividido em quatro modalidades de comercialização ou subsistemas. A primeira modalidade é um “pregão de bolsa”, baseado em um relógio de preços. Nele os produtos são oferecidos por um valor máximo e quando o comprador decide efetuar a transação basta interromper o mecanismo no preço desejado e o negócio será efetivado.

A segunda modalidade é o “balcão eletrônico”. Trata-se de um subsistema informatizado que permite ao comprador interessado fazer seu pedido para entrega futura, sabendo o preço e as características do produto comercializado.

A terceira é a “intermediação especial”. Com ela, o comprador poderá realizar transação em longo prazo, ou seja, para programar um abastecimento de manga, por exemplo, durante o ano todo, é feito um contrato de fornecimento contínuo, com programação de entrega e especificações do fruto.

A quarta, a exemplo dos mercados que serviram de base, denomina-se de “marketing board”. Voltada para a exportação, esta modalidade permitirá ao produtor a venda direta de seus produtos em outros países. Para tanto, os produtores já estão desprendendo esforços a fim de se organizarem em grupos e criarem uma marca, que será representada por um distribuidor no continente/país que se quer exportar, com responsabilidade sobre as vendas naquele mercado.

Com vista à adequação dos parâmetros de classificação e padronização de frutas frescas a este sistema, instrutivos foram elaborados para manga, uva, goiaba, coco anão verde e outras frutas, mediante esforço conjunto de produtores, técnicos e comerciantes de forma abrangente (atendendo às necessidades do produtor e do mercado) e praticável via adesão voluntária e orientação voltada ao mercado internacional.

Por fim, o desenvolvimento de um sistema comercial dentro de um país ou entre países, na visão das empresas agroexportadoras de frutas frescas do Vale do São Francisco, possibilita definir os mecanismos para os operadores enfrentarem as especificidades dos produtos e a diversidade da demanda.

As estratégias adotadas são variáveis e dependem da situação local, do regime de importação e de exportação, da diversidade e atonicidade da estrutura de mercado e da lógica de funcionamento de regulação.

5.7- Harmonização da normalização: uma estratégia

5.7.1 - Harmonizar os métodos de análise

A harmonização dos métodos de análise e controle das características qualitativas das frutas representa para os fruticultores da região um mecanismo de luta contra os riscos de concorrência desleal, particularmente em relação ao mercado internacional. Com efeito, a diversidade de métodos, entre mercados com estruturas diferentes, pode engendrar um entrave à possibilidade de harmonização da regulação e conduzir a uma duplicação dos controles resultando na argumentação econômica de seus custos sob os aspectos comerciais de forma global⁵⁶.

O desenvolvimento de instrumentos metodológicos ao plano nacional, a fim de responder às necessidades dos processos de análises para melhor compreender os indicadores e atributos de qualidade, de reconhecimento dos processos de controle e de inspeção, ocupa lugar de destaque no comércio internacional, estando presente no fechamento de contratos de importação/exportação de produtos agropecuários cláusulas contratuais com este objetivo estão presentes.

A tendência central passa a ser fazer reconhecer no plano internacional a harmonização das práticas fundidas sob a utilização de métodos de controle e inspeção de qualidade dos produtos agroalimentares, surgindo no caso o método HACCP do Codex Alimentarius, como mecanismo indutor de uma abordagem global da gestão e controle da qualidade agroalimentar.

Implicações inerentes à fixação de regras de âmbito internacional, com este fim, conduzem organismos de diferentes categorias e instituições diversas precedentes dos países envolvidos nos aspectos comerciais à compreensão dos mecanismos organizacionais e institucionais desse processo e do campo de atuação comercial de cada ator envolvido.

Neste ritmo, seja “de produto”, neste caso específico de alimento inofensivo, correspondente a uma ordem reativa, seja de “processo”, correspondente a uma abordagem preventiva, essa compreensão tem apresentado em comuns dificuldades tanto em formular um conjunto adequado de normas que nem inibam as inovações nem ponham em risco a saúde do consumidor e o ambiente – quanto em implementá-las, mediante interesse nacional (Creyssel, 1997).

Os problemas enfrentados vão desde a precisa delimitação das atribuições das agências públicas responsáveis pelo controle, pela inspeção, pelos testes e pela liberação de produtos em países desenvolvidos em contradição às precariedades dos sistemas de regulamentação e controle em muitos países em desenvolvimento, até a falta de consciência e informações por parte do produtor, que por vezes, resulta em barreiras à competitividade.

⁵⁶ Discutindo a política de regulação de produtos agroalimentares na França a partir da institucionalização do INAO, Creyssel (1997) In: Multon & Davena (Orgs.) trata as possibilidades de harmonização desses dispositivos entre países membros como uma estratégia econômica.

Contudo, a disparidade de situações nacionais e as divergências de interesses comerciais têm exigido das organizações relacionadas com a qualidade e a segurança em alimentos no âmbito internacional, a exemplo da Organização Mundial do Comércio-OMC, Organização Mundial da Saúde – OMS, Organização para Agricultura e Alimento – FAO, Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE, a direcionar esforços com vista a uma tendência de harmonização internacional dessa norma.

Para a OCDE, diante da variedade de enfoques e de condições políticas e institucionais para implementar as regulamentações, as tendências com o intuito de harmonização atingem os relacionamentos entre os agentes no fluxo produção-mercados internacionais, não obstante os esforços de uniformização, a disparidade de situações nacionais e as divergências de interesses comerciais e diretrizes supranacionais.

Neste ponto, cabe uma observação do papel da Organização Comum de Mercado para Frutas e Legumes – OCMFL na Comunidade Européia, que atua sobre a política de normalização da qualidade no âmbito das organizações de produtores articulando o regime de trocas com terceiros países. No caso brasileiro, por exemplo, a iniciativa é da VALEXPORT, também sinaliza nessa direção, embora no âmbito regional, mas com repercussão na reorganização desses dispositivos em nível nacional.

5.7.2 - A compatibilidade comercial da classificação, padronização e controle de qualidade aos hortifrutos

A normalização aplicada ao produto hortifruti no estado fresco cresce, em tempos atuais, como uma disciplina comum que se aplica à classificação e padronização dos produtos em conformidade aos padrões de qualidade e às características específicas desses produtos, no tempo e no espaço.

A dificuldade reside nas especificidades de perecibilidade, sazonalidade e heterogeneidade dos produtos agrícolas, em particular as frutas, uma diferença fundamental com a produção industrial, onde a normalização se aplica de forma *ex-ante*, ou seja, é definida antes do processo de fabricação; as condições às quais o produto final deverá responder - dimensão, composição, peso, cor etc. são definidas sob uma gestão estratégica da qualidade, sistêmica, sem a interferência de fatores outros que contribuem para a incerteza.

Por outro lado, as frutas frescas são submetidas à normalização numa condição *ex-post*, que tem por objeto operar uma seleção, classificação e padronização de produtos pós-colhidos, em função de uma apreciação de seu valor comercial essencialmente atrelado aos critérios externos visuais, de segurança alimentar e de medidas fitossanitárias, dentro de um processo cujo grau de rigor tende a apresentar variações de acordo com as normas e regulamentos supranacionais.

Assim, a qualidade pós-colheita dos frutos relaciona-se com o conjunto de atributos ou propriedades que os tornam apreciados como alimento. Esses, por sua vez, variam de natureza ou grau de exigência dependendo do mercado de destino e da

modalidade de consumo, se *in natura* ou processado. De certa forma, devem ser realizadas associações ou relações entre medidas objetivas e subjetivas, para um melhor entendimento das transformações que ocorrem e que afetam a qualidade desses produtos.

O grau de exigência dos atributos individuais ou do conjunto de alguns deles depende dos interesses particulares de cada segmento. Os produtores dão prioridade a aparência vinculada ao alto rendimento, isto é, ausência de defeitos físicos e alta produtividade. Os distribuidores, por seu turno, priorizam a aparência vinculada a resistência ao transporte e manuseio, tempo de manutenção das características naturais.

A comercialização de frutas de qualidade adequada, homogênea e constante ao longo do tempo contribui como fator decisivo para o desenvolvimento e a manutenção do prestígio desses produtos nos mercados-alvo. Isto implica em cumprir uma série de exigências, com destaque para as relacionadas a fitossanidade (saúde vegetal) e à tolerância a resíduos de pesticidas. Estas duas exigências devem preceder qualquer ação voltada para a melhoria da qualidade das frutas de exportação.

Contudo, o desenvolvimento de padrões de qualidade dos frutos, para melhor atender o mercado, começa a ser avaliado e acompanhado no campo – área agrícola de produção, através do controle de pomares – área cultivada com fruticultura, durante todo o processo de pré-colheita, testada a capacidade de criação, manutenção e deterioração desses.

A classificação e a padronização imposta pelo mercado importador, sob o Serviço de Representação das Fraudes e do Controle estão vinculadas às instituições governamentais, a exemplo do que ocorre na União Européia, particularmente na França, onde o Ministério da Agricultura e o Instituto de Pesquisa de Frutas e Legumes-ICFL, com sede em Paris, exercem tais atividades em colaboração com o Comitê Interprofissional do Produto e uma adequação aos critérios difundidos no âmbito dos países-membros da OCDE e que, no nível do mercado da União Européia, são parâmetros a serem observados, inclusive para frutas tropicais e subtropicais como a manga, o abacaxi, a banana e o abacate, destacando como relevante para a transparência do mercado a Diretiva CCE/COM 360, de 27/07/94.

No caso do Brasil, a falta de tradição colocou as normas e padrões de produtos agropecuários por muito tempo sob um plano secundário e forte intervenção governamental, a ponto de algumas iniciativas datadas dos anos 80, tendo em vista aprovar normas de padronização, classificação, embalagem e apresentação de hortifrutí, se restringiram aos produtos tradicionais e de escala comercial nacional, tais como a banana (Portaria No. 126, de 15 de maio de 1981) e a cebola (Portaria No. 99, de 22 de abril de 1982). A criação dessas normas se dava em Brasília, sede da Secretária Nacional de Abastecimento do Ministério da Agricultura, com participação unânime de representantes de órgãos governamentais, quando os principais interessados deveriam ser os produtores.

Operações comerciais desenvolvidas por empresas multinacionais na distribuição de frutas, crescentes nos últimos anos - a exemplo da Polly Peck, grupo Chipriota Turco, número um do mundo em Ananás e o terceiro em banana, a Castle and

Cook, detentora da marca Dole, número um em banana - colocam-se como elementos de difusão em massa de regras e normas que asseguram o controle, a classificação e a padronização desses produtos, em condições de atender os interesses comerciais nos diferentes mercados.

Este processo reflete além das fronteiras, nos países produtores de frutas do hemisfério Sul e força os produtores a acolher em larga escala, as condições e regras impostas pelos operadores estrangeiros e levar em conta progressivamente o controle de suas exportações. Pode-se então considerar, do ponto de vista dos resultados a exportar, que essas operações têm uma ação positiva sobre a possibilidade de harmonização do controle, da classificação e da padronização das frutas frescas.

Dispondo de um vasto recurso comercial, esses operadores têm procurado introduzir nos grandes circuitos de distribuição essa possibilidade de harmonização. Sobre o mercado europeu, notadamente, a grande distribuição desenvolveu com este propósito centrais de compras a fim de abastecer de maneira homogênea seus pontos de vendas, sob a adoção de regras e normas harmonizadas como: classificação e padronização dos frutos a partir de dispositivos genéricos do mercado e que expressam qualidade superior; embalagens uniformes, predominantemente de material não poluente e reciclável; abastecimento regular e programado com implicações nas regras de manejo, colheita, acondicionamento e transporte por parte dos produtores; baixa tolerância e um alto índice de apresentação homogênea das frutas.

Iniciativas dessa natureza tomam efeito ainda maior, quando organizações afins, como a Confederação de Importadores e Organizações de Marketing – CIMO (organização que representa os receptores, distribuidores e comerciantes atacadistas de frutas na Europa), seus agentes e representantes se encontram em contato direto com os consumidores e varejistas, identificando e avaliando rapidamente as necessidades e as tendências de ajustamento dos produtos. Um exemplo pode ser percebido no processo de redefinição e adequação das embalagens às novas regras e normas do mercado europeu, quando essa Confederação, aliada às diretivas da Comunidade Econômica Européia, contribui na agilidade e implementação deste processo.

Uma conclusão chave, é que essa sinergia, que se desenvolve entre produtores, exportadores e distribuidores em torno de uma harmonização de normas, tem se fortalecido pela participação estatal e de grupos organizados. Deste modo, as recomendações formuladas para as frutas, em que concerne à questão da harmonização da classificação e da padronização ao nível internacional, defendida pela OCDE e pelos acordos internacionais no quadro da Comissão Econômica Européia, levam em consideração as disposições técnicas propostas para assegurar a aplicação das normas harmonizadas, ao mesmo tempo em que devem ter em conta as exigências especiais que possam impor aos estados-membros, em matéria de proteção do produto, aspectos químicos, modalidades de transporte e processo de distribuição até o destino final, a partir de disposições genéricas, tais como no Quadro 07.

Sobre esta base, tem sido elaborado um certo número de “recomendações”, tentando (re) definir por produto, as características que o mesmo deve apresentar no momento de sua expedição ao tráfico “intra e inter mercados”, associadas à obrigação do controle ao qual poderá se conformar o país exportador e que serão igualmente reconhecidas pelo importador. Assim, em 1961, foi promulgada a primeira norma internacional européia, consagrada à “batata inglesa” ou “Pomme de Terre”.

Outras normas se sucederam a uma cadência em que, hoje, 29 espécies entre frutas e legumes entram na normalização aplicada igualmente pelos países da CEE e da OCDE, que por intermédio de seu Conselho busca instituir um Regime Internacional de Normas às Frutas e Legumes, caracterizando-se pelo fato de apresentar indistintamente a todos os países exportadores e/ou importadores, membros ou não membros da organização, uma linguagem comum, sem qualquer equívoco dos organismos de controle de cada nação.

Quadro 07- Disposições genéricas para classificação e padronização de frutas.

DISPOSIÇÃO	CATEGORIAS		
	EXTRA	I	II
Qualidade (classificação)	-qualidade superior -frutos sem defeitos -livre de doenças	-boa qualidade -frutos apresentam características do tipo varietal e traços superficiais de defeitos	-qualidade possível de comercialização não classificada nas categorias anteriores, mas com características mínimas fixadas para cada fruto.
Calibre	Cada fruto é classificado em função de um fruto de referência da mesma variedade no que diz respeito ao tamanho/dimensão mínima e grade de referência, com redução possível de até 5,0% para a categoria I em relação à categoria extra e de 10% da categoria II em relação à categoria I.		
Tolerância (de qualidade). /conformidade)	5,0% de frutos não conforme, mas de conformidade mínima com a categoria I.	10,0% de frutos não conforme, mas de conformidade mínima com a categoria II.	10,0% de frutos não conforme a exceção de frutos danificados, necrosados.
Tolerância de calibre	A tolerância permitida quanto ao grau de maturidade dos frutos e tamanho referencial da grade requer uma tolerância de 5,0%-extra; 10,0% - categoria I e 10,0% - categoria II.		
Apresentação: - Homogênea - Acondicionamento	Mesma origem- variedade – estada de maturação – calibre e aspectos físicos; -livre de doenças e fissuras. -Embalagens resistentes e de materiais novos, livres de riscos de danificação dos frutos e de transportar fatores que ponham em risco as condições ambientais do país importador (transporte de doenças e pragas). - Utilização de comunicação (rótulos/etiquetas) que estimulem o consumidor a conhecer melhor o produto quanto à atenção aos perigos, consumo, manipulação, origem, aspectos ambientais;		

Fonte: OCDE

Por outro lado, a harmonização dos controles tem conduzido a OCDE, no âmbito do Regime, a desenvolver pesquisas que possibilitam uma apreciação comum da qualidade dos produtos, como forma de recomendação de um certificado de controle que acompanha os lotes exportados e que visa atestar as constatações pelos diferentes responsáveis, no ato da expedição.

O “Regime da OCDE” de qualidade comercial, para aplicação às frutas de normas internacionais das Nações Unidas tem adesão dos países-membros e de alguns países não membros produtores e exportadores de frutas para aquele mercado (exemplo, Israel e Costa do Marfim). O que do ponto de vista de facilitar a adaptação dessas normas às condições locais de produção e comercialização de determinadas frutas, possibilitando promover uma harmonização de métodos de controle de qualidade, em particular pelo emprego de brochuras portadoras de regras editadas pela OCDE, estabelece uma vantagem comercial a esses países de modo a facilitar a expansão do comércio internacional de suas frutas.

Contudo, essa normalização não terá efeito de cristalizar uma situação a um momento dado, mas ela deverá constituir-se num instrumento perceptível das realidades técnicas, comerciais e jurídicas e sua evolução. Em particular, ela deve permitir um acompanhamento constante entre o imperativo da produção no país exportador, de uma parte, e as exigências do comércio e dos consumidores nos países importadores, de outra. Neste sentido, um país que aderir ao regime da OCDE deverá se engajar nos trabalhos que visam: harmonização das operações de controle, revisão das normas antigas e adaptação operacional de novas normas (OCDE, C(92) –182, 24/02/93).

Dentro desse rigor, a equivalência entre as normas europeias e as normas de países não europeus implica uma aceitação, por parte destes últimos, dos dispositivos de normalização presentes na UE, de um controle oficial da conformidade dos produtos às normas, tendo como responsável o país exportador, com o certificado de controle mencionado devendo constituir-se, para o país importador, numa proposição suficiente para evitar os controles sistemáticos. Mesmo assim, certos países-membros decidiram instituir um controle oficial às importações ou mesmo estender a aplicação das normas ao seu mercado interno até o consumo final.

Por sua parte, os dispositivos de normalização sobre os hortifrutos comercializados no mercado da União Europeia se farão sentir logo na chegada a algum porto ou plataforma de exportação/importação europeu. A partir deste ponto, deverá ser posta em prática uma única norma comunitária referente aos critérios de qualidade, assim como fitossanitários e de resíduos toleráveis.

Deste modo o Regime N°. 80/63 revisto em 1973, tem como principal objeto reforçar o elemento confiança ao país exportador, sobre o qual repousa em definitivo a articulação para harmonização dos métodos, com distinção entre:

- o controle sobre o estado do produto que consiste somente nos defeitos ditos evolutivos, partindo-se do suposto que na expedição o produto passou por um processo de classificação;

- o controle de categoria, que se efetua sobre a base das normas e permite constatar a classificação atual do produto em função de possíveis defeitos;
- a inspeção oficial no tocante aos aspectos fitossanitários sobre o controle varietal e zonas livres de doenças e pragas, bem como sobre a presença de resíduos químicos e danos ambientais.

Contudo, os produtos importados pelo mercado da União Européia deverão vir com certificado fitossanitário emitido pelo serviço de inspeção alimentar do país exportador. O certificado deverá conter número de informações como: número do lote, nome do produto, variedade, peso líquido, categoria, país de origem e o código de autorização de partida, conforme as normas da alfândega européia, CBI/MDC (1995).

Dentro dessa ótica, comissões de controle de qualidade apoiadas em sindicatos interprofissionais e laboratórios especializados atuam de forma conjunta para verificar nas frutas os resíduos de materiais ativos. Em particular na Europa, essas comissões têm por objetivo fazer com que frutas importadas extra comunidade sejam submetidas à mesma legislação dos produtos europeus em matéria de tolerância de resíduos sanitários, cuja arbitragem dá como forte barreira às importações, sobretudo nos países do Mediterrâneo como Espanha, Itália, Portugal e França.

Espera-se, portanto, uma harmonização regulamentar sob uma declaração de equivalência técnica, possibilitando que os produtos hortifrutos brasileiros, ao ingressarem em algum país europeu, recebam o mesmo trato que os produtos comunitários podendo transitar por todo mercado comum sem a necessidade de passar por restrições internas.

Esta proposição, como exigências quanto a pratica do regime de normalização e padronização, originário do país importador, implicam a transferência da mesma via agentes representativos daquele país, que por mecanismos contratuais de compra e venda cria quase que uma adesão de consenso dos produtores às exigências do mercado importador, possibilitando inclusive a revisão de dispositivos normativos existentes, particularmente fitossanitários, bem como induzindo procedimentos inovadores quanto a praticas de cultivo e uso de agroquímicos.

5.8- PIF: estratégia interativa para criar um selo de qualidade

Para compreender a razão de a Produção Integrada de Frutas (PIF) ter surgido como uma alternativa para criação de um selo de qualidade nos Pólos de Fruticultura Irrigada Petrolina-PE e Juazeiro-BA, cabe aqui um breve histórico desta modalidade de organização.

Como extensão do Manejo Integrado de Pragas (MIP) nos anos 70 e como uma necessidade de reduzir o uso de pesticidas e de se obter maior respeito ao ambiente, produtores de maçãs do Norte da Itália, com auxílio de pesquisadores, iniciaram um programa de manejo integrado de ácaros, usando monitoramento e técnicas alternativas de controle.

Posteriormente foi verificado que o problema dos ácaros perdeu importância, voltando, os produtores aos velhos costumes. Em conjunto, decidiram que deveria haver mudanças profundas em todo o sistema e que as práticas isoladas para o controle de uma praga ou doença não eram suficientes, sendo necessário uma integração com as demais práticas culturais. Assim foram dados os primeiros passos para o estabelecimento das bases para a Produção Integrada de Frutas (PIF).

Em função do movimento de consumidores que buscavam frutas sadias, com qualidade e sem resíduos de agroquímicos, e do trabalho de pesquisadores e extensionistas que estimularam os movimentos para preservação dos recursos naturais e da biodiversidade, fortalecido por um processo de (re) estabelecimento de requisitos de regulação com essa finalidade, essencialmente na Europa, a PIF tomou impulso nos anos 90, sob a tradição dos produtores de se organizarem em torno de uma convenção objetivando a criação de um produto específico de origem controlada.

Em outras palavras, o uso de produtos químicos e a presença de moléculas ativas de fertilizantes capazes de poluir o solo, a água, o ar e deixar resíduos tóxicos na cadeia alimentar foram submetidos a um regime de forte controle e os resultados obtidos, repassados ao consumidor como atributos de qualidade.

Nessa perspectiva, a Argentina foi o primeiro país da América do Sul a iniciar o seu programa de PIF, no ano de 1993. O Brasil iniciou em 1998, com a cultura da macieira na região de Vacaria-RS e Fraiburgo-SC, pois os produtores e as empresas que trabalham com exportação de maçãs verificaram que sem um programa de produção integrada eles estariam fora do mercado internacional. No caso do Brasil, o programa passou a ter como instituições de monitoramento científico a Universidade Federal de Pelotas - UFP e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA.

A iniciativa teve efeito extensivo em outras áreas produtoras de frutas. No Vale do São Francisco, onde ficam localizados os Pólos de Petrolina-Pe e Juazeiro-BA, encontra-se em implantação um programa de PIF, coordenado pela VALEEXPORT, com apoio institucional do Ministério da Agricultura através da EMBRAPA.

Paralelamente a essa iniciativa, esforços com o intuito de estabelecer regras e normas também foram percebidos. De natureza voluntária, esses esforços caminham na direção de se criar uma convenção, sob uma coordenação técnica e uma coordenação comercial, em convergência a uma legislação específica, tendo como *feedback* pontos da legislação espanhola para requisitos sanitários e fitossanitários, essencialmente para a utilização e permissão de agroquímicos.

Em reunião com produtores de frutas e técnicos que trabalham no Vale, percebeu-se que um determinado número de produtores já fez adesão ao Programa, para as culturas de manga e uva, contando com o monitoramento de técnicos da EMBRAPA e da VALEEXPORT, e que, em consequência, a possibilidade de modificação na agenda de pesquisa e de manejo cultural do setor deverá substituir a preocupação com o aumento da produção dos pomares pelo o desenvolvimento de genótipos adaptados a vários tipos de

clima, resistentes ou tolerantes a estresses biótipos ou não e que ao mesmo tempo produzam efeitos sobre o gosto e hábito do consumidor.

De todo modo, o programa submete-se a dúvidas e queixas de pequenos produtores. Neste aspecto, como ressalta um produtor associado à PROVALE, que investe em produção de manga e que tem acesso ao mercado internacional através dessa Associação: “Produção Integrada de Frutas no Vale é negócio para grandes produtores, já que a adesão tem um custo e o monitoramento tem outro mensal em valor atual de R\$ 60,00, e que a dúvida sobre a certificação de uma marca de natureza coletiva é muito grande”.

A diferença na composição dos agricultores, nas distintas formas de gestão dos estabelecimentos agrícolas e de organização em torno da exportação, é uma realidade que impõe dificuldades ao Programa. Entre essas dificuldades, a mais premente está relacionada à qualificação da mão-de-obra para atender à qualidade da produção e para cumprir as tarefas segundo uma programação prévia da PIF.

Há alguns produtores considerados empenhados no Programa, como um produtor que, frente à gestão de uma agroexportadora que agrega vários outros produtores na exportação de manga e uva, inclusive com marca comercial definida, argumenta que:

“... a PIF terá um efeito importante na produção de frutas do Vale, que gradualmente vai converter os produtos químicos usados na produção, de largo espectro, para produtos mais específicos e seletivos, com baixas concentrações de princípios ativos, biodegradáveis e, na medida do possível, feitos com ingredientes naturais, pois há relutância por parte dos compradores europeus quanto aos resíduos químicos presentes nas frutas frescas do Vale”.

Argumentos dessa natureza surgem no cotidiano de técnicos e produtores que se vinculam ou pretendem se vincular a PIF, como estratégia para responder ao grau de expectativa do setor, no momento em que um mercado internacional dinâmico passa a exigir a especialização da produção.

Para os produtores que lideram este programa, na sua maioria membros associados da VALEXPORT, novas questões surgirão num rápido tempo de implementação do PIF, e por sua vez irão desenhar o contorno do cenário para as ações que resultarão da formalização do “selo de qualidade” a partir da familiarização e do confronto dos produtores com as novas regulamentações, por meio das quais viabilizarão a produção e inserção no mercado internacional de frutos de qualidade específica.

5.9 - Vinculação da qualidade à contratualização

A necessidade dos vínculos que aproximem os atores no fluxo produção - processamento / beneficiamento - comercialização apresenta-se cada vez mais forte e terminam por convergir às exigências do mercado. Sem dúvida, a consolidação desses vínculos (que tomam a forma de contratos de compra e venda a preços e quantidades

previamente estabelecidas; de acordos que englobam prestação de assistência técnica e acompanhamento de manejo pré-colheita e de beneficiamento pós-colheita) agrega um caráter mais favorável ao aparecimento de ganhos e à eficiência dos processos.

Por este prisma, as possibilidades de adoção de vinculação contratual no setor de frutas aumentam as exigências de qualidade e de regularidade da oferta, estimulam uma cooperação com vista a reduzir custos e dimensionar o montante da produção em termos físicos e temporais, abrindo espaço para determinação das características específicas dos frutos e estabelecimento da conformidade, traduzida na padronização, no respeito às questões sanitárias e no atendimento às exigências do consumo final.

Na dimensão da agroindústria processadora, é comum uma relação contratual em que as empresas processadoras funcionam como centro das relações, direcionando a conduta do fluxo produção-processamento, com o advento da assistência técnica, do financiamento, do estabelecimento das qualidades do produto agrícola que supostamente será a base da matéria-prima de transformação.

Essa relação assume a forma estratégica de ajustamento da matéria-prima à qualidade *ex-ante* do produto final, bem como do dimensionamento da capacidade de processamento/transformação, fato observado nas relações produtor de frutas – indústria de sucos, frutas congeladas, polpa de frutas, e mais recentemente com o advento do mercado internacional crescente de frutas tropicais frescas, nas relações produtores – agentes de importação/exportação, freqüentes nos pólos irrigados da região Nordeste.

No tocante às características da agroindústria que predominantemente comercializa os frutos frescos ou congelados, a influência mais decisiva vem do mercado final, sobre a implementação de vínculos contratuais com a participação marcante de agentes da comercialização. No caso de produtos exportados, a relação se faz com a participação de empresas importadoras/exportadoras, exigentes em qualidade superior e na pontualidade nos prazos de entrega, e de agentes públicos representantes de interesses e acordos sanitários entre os países envolvidos, sobre a base direta da produção agrícola.

No primeiro caso, os contratos estabelecidos na região têm um caráter individual, envolvendo juridicamente apenas a agroindústria e o produtor agrícola. O modelo tomado como padrão se repete safra a safra, com módicas alterações referentes às quantidades fornecidas e às áreas de produção, por exemplo. Apesar disso, pode-se observar movimentos que antecedem ao início da safra, envolvendo atores públicos, como a CODEVASF, Secretaria de Agricultura de Estado, Empresa de Pesquisa e Assistência Técnica - com atuação direta ou indireta nos perímetros irrigados, e atores privados ou representativos, como Associação de Produtores, Cooperativas que constituem um Comitê ou uma Câmara da Fruta (Câmara da Manga, Câmara da Uva), para tratar das negociações ou analisar termos propostos por estes vínculos, emitindo pareceres formulados e de teor jurídico normativo.

No segundo caso, os contratos estabelecidos na região têm caráter comercial, observado o compromisso com a qualidade dos frutos, intrínseco e extrínseco, sob a articulação e relevância da intermediação do importador/exportador entre o processo de

produção agrícola e o mercado de consumo final, contudo não repousa somente sobre a absorção de um volume comercializado. A capacidade de agregação de valor ao produto *in natura*, numa situação de pré-colheita e pós-colheita e, sobretudo, a possibilidade de identificação de nicho de consumo, no entanto, são elementos cruciais para a formulação dos contratos.

Uma função essencial destes contratos pode estar centrada no controle dos métodos de produção e beneficiamento pós-colheita, no engajamento das normas sanitárias de âmbito nacional e internacional, induzindo a formulação, assinatura e implementação de acordos paralelos denominados de programas de cooperação, que buscam atender às exigências para entradas de produtos hortifrutícolas naquele mercado.

Um exemplo tácito na região é o programa que trata dos procedimentos e tratamentos requeridos para admissão desses produtos no mercado dos Estados Unidos. Sob determinações do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) e do Serviço de Saúde de Animais e Plantas dos Estados Unidos (APHIS), de um lado, e do Ministério da Agricultura do Brasil- MA através da Secretaria de Defesa Agropecuária - SDA, do outro, as empresas exportadoras de frutas *in natura*, submetem os frutos a um tratamento hidrotérmico, que procede a um rigoroso controle via *packing house* e que antecede a sequência de refrigeração, acondicionamento e embarque, aos olhos de uma supervisão e inspeção feita *in lócus*, por um técnico daquele país e por outro do Brasil, pertinentes aos quadros de cada instituição.

Um certificado é emitido, acompanhado de obstruções e procedimentos a serem obedecidos no percurso até a comercialização final, e visto como um sinal de qualidade, cujo dispositivo de regulamentação é atendido, com efeito, sobre a garantia da qualidade dos frutos.

Uma das questões mais difíceis, neste caso, pode estar relacionada à determinação do momento da colheita e da homogeneidade de maturação. Dependendo da região e da logística disponível, os contratos prevêem as condições de comercialização e a situação de mercado que, por razões imprevisíveis ao momento de sua assinatura devem ser favoráveis; caso contrário das mesmas, a ausência terá consequências desastrosas para o produtor e/ou para o grupo de produtores vinculados.

Outra vinculação comercial observada na região diz respeito à operação de grandes distribuidores, caso específico do grupo Carrefour, que pratica acordos formais inspirados para o seu próprio mercado, diante do objetivo de construir e manter sua própria cadeia de qualidade sob uma “marca comercial qualidade Carrefour”, já em comercialização (manga e uva originárias do Vale do São Francisco portando a marca comercial Carrefour), embora este mesmo grupo atue como exportador de uva de mesa, produção própria, para o mercado europeu.

Todavia, essa vinculação, possibilitada na criação de organizações de produtores e/ou organizações de comercialização, para atender em escala comercial tais exigências e reduzir os riscos e os custos de transação nos âmbitos nacional e internacional, tem em alguns casos, suas ações voltadas para um só produto, fato comum nos países europeus pela atuação das Associações Interprofissionais do Produto.

Estes acordos interprofissionais na União Européia se constituem em vetores institucionais importantes e previstos no regulamento da União Européia para a Organização Comum do Mercado-OCM que, no caso específico das frutas, passou por uma reformulação após a reforma da Política Agrícola Comum - PAC no início dos anos 90 (Ledermann,1997 : 6).

(...) A partir de 1997, uma nova Organização Comum do Mercado-OCM entrou em vigor no setor de frutas e legumes sobre a aprovação do Conselho de Ministros de Agricultura da União Européia, tendo como objetivo principal incentivar os produtores a se reorganizarem sobre os planos técnico e comercial, a fim de que possam responder as evoluções do contexto econômico, corrigir os desfuncionamentos de velhos dispositivos, em particular sobre o controle dos varejistas. A representação sucessiva de duas cadeias bens distintas, a cadeia de “frutos e legumes frescos” e a cadeia de “transformados”, a partir de regiões representativas, permite observar os incidentes desta reforma em primeira mão. Em curto prazo, a aplicação de um texto normativo comunitário capaz de engendrar um real processo de oligopolização da oferta via OCM. Num segundo momento, engendrar os poderes públicos e interprofissionais na implementação de instrumentos de gestão coletiva de mercado. A emergência de estruturas de segundo grau e a renovação da organização econômica, atual, são as principais evoluções da “cadeia de frutos e legumes frescos”. No caso particular dos “transformados”, a estrutura vertical da cadeia e seu molde de regulamentação ligam-se aos dispositivos desta Organização (...)

A experiência francesa, em matéria desses acordos interprofissionais na indústria de transformação de frutas e legumes, formalizada por um dispositivo jurídico do ano de 1964, define os princípios e processos do regime de contratos na agricultura, que prevêem uma convenção coletiva negociada para um setor no seu conjunto, aplicada, em âmbito local, sob dispositivos precisos.

O produtor rural deve ajustar-se aos padrões de demanda fixados pelas agroexportadoras e estas, aos padrões fixados pelo mercado (exigências dos agentes importadores no caso do mercado externo), sob pena de ser preterido como produtor fornecedor. Gradativamente, aplicações de capital em novos investimentos, particularmente em estações de beneficiamento e logística, em pesquisa e desenvolvimento tecnológico, na descoberta e cultivo de novas variedades, na qualificação de mão-de-obra e na escala ideal de cultivo, regem as principais ações empreendidas na órbita desses vínculos.

CONCLUSÕES

Considerando as partes precedentes deste trabalho de tese, verifica-se que a fruticultura brasileira, em particular a fruticultura irrigada nos pólos agroindustriais do Nordeste brasileiro, evolui ao longo das últimas décadas em toda a sua potencialidade produtiva e comercial no *feedback* das mudanças dos padrões de consumo, caracterizadas na procura crescente por alimentos saudáveis que incorporem serviços com vista à satisfação e segurança do consumidor.

Esta evolução, consequência dos elementos de conscientização dos produtores de frutas da região em relação à concorrência e a implementação de um sistema de produção e circuitos de comercialização organizados, voltou-se às exportações de frutas frescas para o consumo direto em condições competitivas às exigências do mercado internacional.

Identificar o mercado que apresente maior potencial para as frutas produzidas nestes pólos deslocou e vem deslocando o raio de atenção, para os países da União Européia (mercado europeu) e para o mercado dos Estados Unidos, responsáveis pelo maior percentual das importações mundiais de frutas. Neste ímpeto, sendo hoje o principal comprador e fornecedor de frutas e também o principal importador de frutas tropicais e de contra-estação do Brasil, o mercado europeu destaca-se pelas expectativas crescentes de crescimento do consumo de alimentos *in natura*, entre estas frutas, legumes e hortaliças.

A atenção dada ao mercado europeu encontra sua importância na dimensão do consumo *per capita*, ancorando fortes hábitos alimentares de produtos saudáveis e seguros. Os europeus são considerados como os maiores consumidores de frutas e legumes do mundo e ainda se caracterizam por uma imagem positiva do consumo de produtos frescos, saudáveis, equilibrados e dietéticos, do qual os frutos e os legumes se beneficiam a ponto de ter como destino a maior parte da renda gasta com alimentação naquele mercado.

Diante destas considerações, exemplos internacionais de desempenho exportador de frutas tropicais *in natura*, para este mercado, de países como a Costa do Marfim e Costa Rica (abacaxi), México e Israel (manga), Espanha (melão), África do Sul e Chile (uva) e Equador (banana), revelam que estes países possuem uma fruticultura, embora em alguns casos monopolizada, detentora de padrões de competitividade superiores em condições de concorrência internacional.

Ao indagar aos fruticultores da região sobre a potencialidade de concorrer na exportação de frutas frescas com estes países, obteve-se uma reação imediata caracterizada na disponibilidade brasileira de variedades frutícolas e no grau de apreciação destas pelo mercado. Contudo, com toda essa potencialidade, voltar-se para o mercado internacional exigente em qualidade foi a alternativa estratégica selecionada pela fruticultura da região,

num panorama competitivo traçado para um grupo de frutas: manga, melão, uva, mamão, abacaxi e banana, em particular considerado alvo deste estudo. A trajetória central de concorrência tornou-se o descolamento da vantagem competitiva sobre a predominância dos determinantes da localização (recursos naturais, incentivos e mão-de-obra barata) para uma vantagem competitiva fundamentada na eficiência e desempenho, atribuída à construção da qualidade exigida pelo mercado.

No entanto, estaria se conformando um padrão de concorrência em qualidade, na atualidade, em que a identificação de variáveis-chave para que a empresa agroexportadora possa competir em determinado mercado (marca própria, estabilidade na entrega, conveniências da distribuição e comercialização, adequação aos hábitos de consumo, segurança e garantia de consumo, reputação de confiança, inovação contínua em produto agrícola ou em processos ou tratamentos pós-colheita etc.) estabelece-se de forma circular em correspondência às fases típicas do ciclo de vida de um produto.

Para dar suporte a este padrão, sistemas informacionais integrados no centro das organizações de produtores surgem na expectativa de capturar informações de mercado, transportá-las, processá-las e interpretá-las como vetores de decisões, para agir numa situação em que o consumidor é o elemento-chave na determinação do êxito ou do fracasso dos empreendimentos econômicos.

De um modo geral, esses sistemas têm possibilitado às empresas agroexportadoras a identificação simultânea de ameaças e oportunidades de concorrência relacionadas à sinalização da qualidade. Por assim dizer, a utilização desse sistema tem por objetivo maior difundir as características das frutas, designadas pelo termo sinal de qualidade que, por sua vez, cumpre o papel estratégico quando portador de pertinência e/ou credibilidade nas negociações.

Esta credibilidade, função do incremento da qualidade dos produtos provenientes da fruticultura irrigada, prioritariamente as frutas frescas para exportação, de um modo geral encontra-se conjugada às transformações das cadeias produtivas, que configuram uma reconversão da fruticultura regional, na transição da produção de “frutas em conformidade com o processamento agroindustrial”, denominada de subsistema agroindustrial, para a produção de “frutas de qualidade para exportação”, denominada de subsistema agrocomercial, em sua predominância.

No centro desta reconversão, novas empresas denominadas de agroexportadoras se instalaram, paralelamente ao fechamento de empresas agroprocessadoras já em funcionamento na região, como resultado da oportunidade oferecida por programas de desenvolvimento regional de agricultura irrigada, que priorizaram a fruticultura comercial como atividade primordial a receber incentivos governamentais.

Norteadora das ações de produção e comercialização de frutas frescas nos pólos irrigados do Nordeste, esta fruticultura comercial cresceu e ganhou capacidade competitiva sob três enfoques distintos e complementares no âmago da concorrência internacional : um, dado pela lógica da produção (inovação tecnológica desenhada na flexibilidade produtiva e na diferenciação de produto); outro, pela lógica do dispositivo institucional setorial

((re)estruturação de normas e regras via iniciativa privada e atualização dos dispositivos e formas de regulação oficial, na relação público/privado) e o terceiro pela lógica do dispositivo organizacional (a fruticultura se posiciona no mercado através da qualidade configurada na relação entre produtor/distribuidor, consumidor/ofertante), em ocasiões de confrontação e cooperação, ou seja, a emergência da exigência e o seu tratamento imediato com suporte na coordenação dos atores.

Na lógica da produção, pressionadas pela comercialização, as empresas agroexportadoras líderes em produção e volume exportado assumem condutas do tipo estratégia ofensiva, desenvolveram uma linha que se assemelha a um processo industrial, em que o conjunto de atividades constituído na produção agrícola está sistematizado no monitoramento de campo e na flexibilidade produtiva, e aquele constituído na pós-colheita está sistematizado na recepção, limpeza, classificação, seleção, banhos hidrotérmicos, embalagens padronizadas, peletização, pré-resfriamento e acondicionamento em armazéns frigoríficos, numa condição de inspeção *in locus* de pré-embarque, seguida de transporte e embarque sob níveis de umidade e refrigeração controladas.

Estrategicamente, o cultivo de novas variedades que atendem às exigências da qualidade intrínsecas dos frutos (cor, odor, textura, brix, tamanho etc), principalmente no caso da manga, do melão e da uva, bem como a extensão do calendário agrícola para mais de uma colheita/ano, fortalece os laços de articulação produtor-importador/distribuidor-consumidor como alternativa de flexibilizar a produção. Conseqüentemente, o deslocamento da colheita tradicional para uma colheita dirigida e o transporte intermediário automecanizado com uso de envases plásticos para proteger as frutas configura um novo processo de produção, que articula as diferentes atividades às especificidades do consumo e condicionam o aproveitamento de espaços de mercado sazonal via abastecimento com frutas fora de época.

Na estrutura deste novo processo, a preocupação das empresas agroexportadoras com as normas técnicas e fitossanitárias, entendida na influência dessas sobre a competitividade externa pelo seu efeito de promover e estimular certas estratégias empresariais e de controlar e coibir outras induziu a fruticultura regional a buscar reputação, via inovação estratégica de tratamentos quarentenários em que os mecanismos físicos são tomados como alternativa à utilização de produtos químicos, tendo em vista os efeitos prejudiciais destes ao ambiente e à saúde humana.

O que estaria por trás desta lógica? Partindo-se de que as diferentes formas de comércio têm suas regras e seu ritual influenciados pelas relações de confiança entre compradores e vendedores, produzir e comercializar uma fruta fresca de qualidade, condizente com a dimensão e o caráter particular destas formas tornou de grande influência na fruticultura regional a figura do importador/distribuidor, a ponto de forçar a criação de alternativas à estrutura existente, mediante estabelecimento de vínculos diretos com a esfera produtiva como indutor principal desta lógica.

Todavia, faz-se reconhecer no âmbito destes vínculos os domínios e o conhecimento da grande distribuição no mercado europeu, quando as estratégias com vista à qualidade de frutas, dos grandes distribuidores varejistas no mercado francês (Carrefour,

Casino, Leclerc, Monoprix e Pomona) *vis a vis* fornecedores, inserem a adoção de cláusulas contratuais para estabelecer relações duráveis e abastecimento de frutos portadores de indicadores e atributos de qualidade identificados no consumo final.

Este processo reflete além das fronteiras, de forma que o produtor vê-se forçado a acolher em larga escala as condições e regras impostas pelos operadores estrangeiros e levar em conta progressivamente o controle de suas exportações pela regulação do comércio internacional. Pode-se então considerar, do ponto de vista dos resultados a exportar, que essas operações dimensionam qualidade como um indicador intrínseco do produto (diferenciação do produto) identificado na preferência do consumidor (adequação ao uso, ao estilo de vida...), na perspectiva de segmentação do mercado.

Nesta perspectiva, o ajustamento às condições e as regras impostas ocorre com o intuito de atender a evolução das formas de concorrência, na lógica das mudanças do comportamento dos atores e das instituições, decorrentes de um processo convergente entre as instâncias de regulação e de organização dos atores.

O tratamento despendido a este ajustamento tem seu ponto inicial, na identificação de ameaças e oportunidades que caracterizam o campo da concorrência internacional da fruticultura tropical em qualidade agroalimentar. Construir uma base de informações estratégicas na negociação da qualidade na correlação micro e macroeconômica, na autonomia dos indivíduos à adesão e legitimidade das instituições faz parte das iniciativas desenvolvidas pelas empresas agroexportadoras de frutas frescas da região.

Com suporte nesta base de informações, estratégias que resultem na aproximação dos dispositivos de regulação aos mecanismos de coordenação das ações e comportamento dos atores têm sido perseguidas com frequência por agroexportadoras de frutas brasileiras. Posicionadas numa conjunção do Estado e agentes privados, em que a preocupação com procedimentos fitossanitários recebe tratamentos de atributos prioritários, uma vez que traz como resultados maiores oportunidades de mercado e auxilia na transposição de barreiras não-tarifárias, estas estratégias motivaram a convergência dos atores com a finalidade de harmonizar as normas e os processos de controle tanto no Brasil como no mercado da União Européia.

Nestas considerações, percebe-se a coexistência de relações de concorrência e de rivalidade, de um lado e de cooperação e negociação, de outro, fazendo parte na formulação de estratégias de concorrência com o objetivo de inserir e/ou expandir a participação das frutas no mercado exterior. Esta coexistência de relações ganha sentido prático em torno de um circuito de comercialização, para exportar/importar frutas frescas, condicionadas pelas regras do mercado importador e pelas alternativas de harmonização identificadas no nível de mercado exportador

Neste sentido, combinar a visão regulacionista da qualidade e os compromissos convencionalistas das interações estratégicas dos atores no âmbito da fruticultura irrigada da região Nordeste - Brasil, na relação com o mercado importador europeu, passou a ser percebido como uma alternativa estratégica, mediante a avaliação da dinâmica dos dispositivos institucionais existentes nos dois mercados.

Em contrapartida, a forma como se comportam os fruticultores da região, relevante a uma periodização em que este setor busca sua reconversão, aproxima-se de um processo de decomposição/recomposição dos dispositivos regulacionistas e/ou o surgimento de um processo convencionalista, no movimento descendente/ascendente notadamente pela qualificação das frutas.

Neste jogo, as estratégias de concorrência em qualidade são distinguidas de dois pontos de vista: um sem as amarras do controle centralizado ou estatizado em que prevalece o espírito cooperativo e de coordenação entre os atores; e outro, centralizado sob a imposição das condições de produção e comercialização ao longo da cadeia, por meio da ação predominante do público, desempenhada pelo Estado, ou pela ação do privado, desempenhada por uma grande empresa que assume categoria de transnacional (sobretudo em termos de atuação no mercado externo de alimentos).

No primeiro ponto, a coordenação dos atores é constituída sem contradições com a adesão dos indivíduos. A noção de racionalidade é mantida na lógica de uma dupla aceitação: “racionalidade substantiva” dos atores, que podem dimensionar seus interesses, ao mesmo tempo “racionalidade processual” que se apóia nos processos de resolução de problemas, identificados pelos próprios atores, dando entender que os atores (produtores principalmente) são independentes diante da concorrência de mercado e que eles próprios devem levar em conta a seleção de alternativas (estratégias) dos outros atores.

No segundo, normas estabelecidas por agentes governamentais (sejam nacionais ou internacionais), de caráter mandatário e unilateral, mesmo que, se referindo a critérios de segurança e saúde, mas, contudo, refletidas sobre um protecionismo, são vistas como dispositivos que possibilita o surgimento de significativas articulações via iniciativa privada, de modo a combinar produtos e processo.

Neste contexto, a evolução dos regulamentos e normas referentes a padrões de qualidade de frutas tem sido acompanhada com atenção e participação dos atores, da produção a comercialização, dando a entender que para superar essas barreiras além dos aspectos políticos e comerciais no âmbito de instituições como a Organização Mundial do Comércio – OMC e do CODEX Alimentarius, os atores (produtores, importadores/exportadores e distribuidores) estão em busca de estratégias conjuntas em nível nacional que condicionem a tirar proveito desses dispositivos.

Tirar proveito desses dispositivos, para os fruticultores da região significa se tornarem capazes de conquistar fatias do mercado internacional, ocupada em maior escala por produtores de frutas provenientes de países tidos como competitivos e com maior rigor de regulamentação. Estrategicamente, os produtores de frutas frescas do Nordeste vêm adotando mecanismos similares a estes, no que diz respeito ao atendimento às exigências dos importadores quanto às normas de qualidade, utilizando instalações de *packing house*, participando de acordos e programas que impõem adaptação às normas fitossanitárias, sob rigoroso processo de seleção e inspeção *in lócus*, habilitando os frutos a receberem o Certificado de Inspeção Vegetal como sinal de qualidade.

A adoção desses mecanismos está ancorada num padrão de qualidade competitivo, em que os grandes produtores se agregam em torno do sistema comercial tutorado pela VALEXPORT e os pequenos produtores procuram se organizar em torno da estrutura de exportação tutorada pela PROVALE ou por um agrupamento de produtores autônomos, seguindo processos similares, configurando a lógica de organização para exportar.

Isso condiz com a construção, na região, de um processo organizacional adaptado às exigências do mercado exterior, permitida legalmente e que não envolve custos proibitivos, contudo diferente de uma intervenção oficial. Nesta lógica estratégica, no nível local, os produtores não associados a VALEXPORT decidem por adotar a estratégia de "seguir o líder" local, tornando seus produtos compatíveis com os produtos do líder, utilizando-se das mesmas premissas cujo eixo fundamental tem como suporte o procedimento rigoroso de seleção, classificação e padronização das frutas numa situação de pós-colheita, atrelado a uma estrutura de *packing house*, que, de forma abrangente encontra-se hoje em funcionamento em todas as empresas agroexportadoras dos pólos, em alguns casos, com destinos específicos em épocas de safra/produto, ou seja, *packing* para manga e *packing* para uva, numa estratégia de diversificação concentrada.

Neste escopo, a criação de organizações privadas de comercialização, incumbidas de amortecer o efeito da normalização e criar incentivos às convenções tem se constituído numa estratégia de comercialização, pois proporciona o acesso a estrutura tecnológica e institucional que incentiva cada ator a comprometer-se com o funcionamento das atividades de cooperação, decorrente da possibilidade de acesso ao mercado internacional quanto às normas a serem adotadas.

Assim, a fruticultura nos pólos irrigados da região Nordeste, impulsionada pela capacidade competitiva sobre a construção e controle de qualidade, priorizou iniciativa estratégica de organização e desenvolvimento tecnológico, numa convergência com a evolução dos dispositivos institucionais e com circuitos de comercialização com atributos particulares, que facilitam a colocação das frutas frescas no mercado e acabam repercutindo em melhores condições de competitividade.

Esta iniciativa tomou o caminho de trabalho coletivo e participativo entre produtores de frutas nos pólos, envolvendo instituições públicas de pesquisa e assistência técnica. Exemplos desta natureza podem ser observados a partir da iniciativa das Câmaras Setoriais que integram atores na construção de uma marca comercial.

O ponto crucial de agregação de produtores a esta ordem se caracteriza na opinião daqueles produtores que não conseguem exportar seus frutos, como consequência perdem o incentivo a produzir bens de melhor qualidade, configurando uma tendência à predominância de produto de baixa qualidade no mercado doméstico em relação àqueles destinados ao mercado externo ou produzindo frutos utilizados como matéria-prima no processamento de doces, sucos e polpas.

Para os produtores que rompem com essa barreira, vendo no mercado externo a melhor alternativa, o próprio mercado apresenta várias possíveis soluções para

esses problemas. Uma das alternativas mais comuns consiste na sinalização, por parte do produtor, da boa qualidade de seus produtos, por meio de diversos métodos, dentre os quais a realização e divulgação de inspeção e testes dos produtos com vista à obtenção de certificado, a difusão da imagem via rótulos e/ou etiquetas etc. Tais práticas podem, efetivamente, contribuir para a redução do grau de incerteza do consumidor em relação à qualidade dos produtos - e, portanto, para a oferta de produtos de melhor qualidade - mas apresentam limitações, além de acarretar custos significativos para os produtores.

No tocante aos determinantes institucionais, por exemplo, existem avanços da pesquisa local em melhoramento varietal, atrelado às condições geográficas locais, porém, em atendimento a uma escala de exigências em qualidade, numa parceria EMBRAPA-VALEEXPORT (instituição pública-organização cooperativa de natureza privada). Na prática, a adoção de novas espécies varietais, novos requisitos de colheita e pós-colheita, com vista à obtenção e/ou conservação da conformidade do produto, mediante um conjunto de normas, constitui a atuação, neste escopo, da VALEEXPORT no Vale do São Francisco, Nordeste, via Câmaras Setoriais de Frutas, particularmente as Câmaras da manga e da uva.

Outra atuação de natureza similar é caracterizada pela Associação de Pequenos Produtores de Frutas nos Pólos Irrigados do Nordeste, exemplo da PROVALE - Petrolina/PE e Juazeiro/BA, que estrategicamente, para conseguir exportar os frutos produzidos por seus associados, disputando mercado com os grandes produtores locais, adota mecanismos similares a estes no que diz respeito ao atendimento às exigências dos importadores quanto à qualidade, estabilidade e escala da oferta.

Nestes casos, a ação coletiva envolvendo as Câmaras Setoriais de Frutas surge como iniciativa de organizar e estabelecer, de forma voluntária, as atividades na harmonização das normas ou na acomodação das mesmas em relação à compatibilidade dos produtos, tendo em vista que as normas apresentam-se como bem público, pois a sua utilização por determinado ator não diminui o valor que lhe é atribuído por um segundo ator, e deste modo, os dispositivos criados a partir das Câmaras já estabelecem os padrões de determinados frutos comercializados.

Essa observação sugere uma atuação de consenso, para que uma norma seja adotada de forma eficiente. Diz respeito à possibilidade das organizações serem dominadas por subgrupos de produtores, interessados na redução de incompatibilidades, com o objetivo de eliminar barreiras à entrada em seus respectivos mercados.

A criação de entidade privada de normalização constitui um meio correlato de suprir as falhas de informação do mercado, fornecendo aos consumidores, de forma sistemática, informações sobre os produtos ofertados e, conseqüentemente, reduzindo o grau de incerteza quanto à qualidade dos produtos relacionada às genuínas diferenças nas preferências dos consumidores ou às diferentes demandas e/ou às ofertas de frutas de qualidade, resultantes de imperfeições de mercado.

Embora de difícil engenharia, a construção de um sistema de controle e avaliação de indicadores e atributos de qualidade de frutas nos pólos irrigados da região,

em condições de reconhecimento por parceiros comerciais, é uma alternativa que está se desenvolvendo nesse campo, cuja denominação inicial é Produção Integrada de Frutas – PIF, com apoio de instituições públicas e iniciativas privadas. Essa alternativa na visão de produtores e de técnicos da EMBRAPA, empresa que monitora de forma técnica e científica a iniciativa na região, além de reduzir os custos de comercialização externa das frutas, implicará a implantação de um sistema capaz de garantir autocertificação confiável pelos importadores.

Neste contexto, a evolução do acompanhamento e monitoramento das frutas recebe a cada ano uma maior atenção com a intensificação do controle dos pomares condicionando a emissão do Certificado Fitossanitário de Origem – CFO, de modelo padrão para os diferentes atores. Acompanhando o produto no ato da comercialização, essencialmente para o mercado dos Estados Unidos e da União Européia, o CFO funciona como certificado de segurança e como sinal de qualidade (conjunto de informações sobre o fruto) permitindo a implementação de fluxo de conhecimento sobre a origem daquele fruto.

Em convergência com este monitoramento e com os circuitos de comercialização postos em prática, virou realidade a partir de agosto de 1999, o SICVALE – Sistema Integrado de Comercialização do Vale do São Francisco, situado em Petrolina-PE, como mecanismo regional de modernização na compra e venda de frutas, criado pela VALEXPORT e pelo Ministério da Agricultura, o novo sistema foi idealizado para desenvolver uma forma de integrar a oferta e a demanda de produtos, organizando-as e criando uma concorrência saudável entre compradores e produtores como modo de assegurar a qualidade do fruto.

As divergências entre funções técnicas e funções comerciais parecem cristalizar-se, sobretudo em torno da qualidade dos frutos. A coerência das representações e a coesão setorial designam o grau de acordos sobre os diferentes atores no âmbito da cadeia para definir indicadores e atributos de qualidade, de modo que, o movimento da segmentação dos mercados, em curso, se traduz na diferenciação para produtos genéricos e na harmonização/massificação inversa das especificidades construídas. O objetivo da qualidade do setor está representado, cada vez mais, na negociação e implementação de um conjunto de mudanças em que os resultados dependem da coordenação dos atores.

Seguindo a orientação desta tese, está claro que em revanche a seleção de indicadores e atributos de qualidade, para atender às exigências do mercado externo, os esforços no sentido de estabelecer regras e normas de natureza voluntária são concentrados na direção de se criar uma convenção, sob uma coordenação técnica e uma coordenação comercial, em convergência a uma legislação específica setorial.

Qualquer que seja a seleção desses indicadores e atributos, que permite atender os objetivos da diferenciação tem conduzido os atores a uma adesão ao programas de Produção Integrada de Frutas-PIF, em que as diversas instituições e processos que regem essa seleção são assegurados sobre a coordenação entre os próprios atores. Essa negociação configura-se na confrontação entre os atores (concorrência), no comportamento e cooperação (possibilidade de uma convenção) e na emergência de regras comuns (reestruturação da regulamentação).

Estas observações permitem considerar a fruticultura irrigada nos pólos do Nordeste, com um espaço estruturado nas relações interfirmas (empresas agroexportadoras/produtores). Mas que um conjunto de organizações asseguram os compromissos entre as varias lógicas de concorrência em qualidade. O setor aparece com um espaço de negociação da qualidade numa convergência da regulação e da organização dos atores influenciada pela lógica das inovações diante das exigências do mercado externo.

BIBLIOGRAFIA

- AGUIAR, R. D. de; PINHO, J. B. *Agronegócio brasileiro: desafios e perspectivas*. Brasília: SOBER, 1998. v.1, p.1086.
- ALAVOINE-MORNAS, F. Fruits et Legumes de Terroir: quelles relation entre lês distributeurs et leurs fournisseurs? In: *Grande Distribution Alimentaire*, Tome 2, SFER-INRA, Montpellier, 1997, p. 21-35.
- ALLAIRE, G. SYLVANDER, B. Qualité spécifique et systèmes d'innovation territoriale, CAHIERS d'Economie Rurales. Paris: INRA, N.44, 1997, p29-60.
- ALLAIRE N.; BOYER R. Regulation et conventions dans l'agriculture et les IAA. In: *La Grande Transformation de L'Agricultura* – INRA, Economica, 1995 p. 9-32.
- ARAÚJO, Ney Bettencourt; WEDEKINI, I.; PINAZZA, L. A. *Complexo agroindustrial: o agribusiness brasileiro*. São Paulo: Sementes Agroceres, 1990.
- BARKIN, D. El impacto del Agribusiness en el desarrollo rural. In: *Agricultura y Sociedad*, n. 19, abr./jun., Madrid, 1984, p. 9-44.
- BATALHA, M. O. *Gestão agroindustrial: GEPAI*. São Paulo : Atlas, 1997, p.573.
- BENCHARIF, A et ali. *Introduction au Management Agro-Industrial dans les Économies en Transition: le cas du manghreb*. Programme SEFCA, CIHEAM-IAM, Montpellier, 1994. 294p.
- BELIK, W. *Auto-regulação e políticas públicas para o setor agroalimentar no Brasil*. São Paulo : UNICAMP (Textos para discussão, 45) 1995. p. 35.
- BOLTANSKI, L. et THÉVENOT, L. *Les économies de la Grandeur*, Cahier du centre d'étude pour l'emploi, PUF, 1987. p.361.
- BONILLA, J. *Qualidade total na agricultura brasileira*. Belo Horizonte : Centro de Estudos da Qualidade Total na Agricultura, 1994.
- BOULET, B. Regulation et Spécificités Scetorielles : *la Sphere Viticole*, CAHIER D'Economie Rurale, Paris, 1990, p 16-83.
- BURBACH, R. ; FLYNN, P.. *Agroindústria nas Américas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- BROSSAU, L. ; CODRON, J.M. *La Complementarité entre Formas de Governance: le cas de l'approvisionnement des grandes surfaces en Fruits de Conter Saison*. Paris: Économie Rurale, mai/out-1998, p75-81.
- CARRARO, A F.; CUNHA, M. M. *Manual de Exportação de Frutas*. MAARA-IICA, FRUPEX, Brasília, 1994. 254p.
- CCE, *La Production de Fruits et Légumes Répondant à des Critères de La Qualité*, Paris, Informations Internes, 1985. P.247.
- CAHIERS FRANÇAIS, *Les Stratégies D'Entreprises*, Paris, N. 275, Mars 1995, p.115.

- CALABRE, S. *Filières Nationales et Marchés Mondiaux de Matières Premières*. Paris, Economica, 1999 p461.
- CAMPBELL, G. J. *Diagnóstico de competitividade agropecuária y agroindustrial a nível del MERCOSUR. Programa de Apoio Técnico para lá Implementacion de MERCOSUR*. BID/ATN/SF, 4130-RE (Mimeo) 1993.
- CAMPOS, V. F. *TQC: Controle da Qualidade Total*. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, p. 220.
- CARMO, M. S. do, (Re) *Estruturação do sistema agroalimentar no Brasil : a diversificação da demanda e a flexibilidade da oferta*, Coleção Estudos Agrícolas, 5. São Paulo, 1998. p. 253.
- CESEAUX, P. *Promotion des Fruits de Qualité Gustative Controlé, Série de Etudes*, ESITPA/CEMAGREF, Montpellier, 1992. P. 93.
- CENTRE FRANÇAIS DU COMMERCE EXTERIEUR, *Les Fruits et Legumes du Chili : Quelles Strategies d'Expansion?*, Paris, 1990. 275p.
- _____, *Aproduction Mondiale de Fruits et Légumes, DOSSIER bimensuel n.23*, décembre 1999. Paris. p.21.
- CHAVASSUS-LOZZA, E. ; GALLEZOT, J. La différeniation des produits dans la compétitivité: le cas de l'agriculture et de l'agro-alimentair e français. In:Nicolas, F. & Valceschini, E. Éditeurs, *Agro-alimentaire: une économie de la qualité, economica*, 1995, p.238-253.
- CHUDNOVSKY, D. ; POTA, F. *La competitividad internacional principales questiones conceptuales y metodologicas*. 1990. 37p. (mimeo).
- COLLIGNON, E. ; WISSLER, M. *Qualité et competitivité des entreprises*, Paris, Econômica, 1986. p.234.
- CORREIA, A. G., KUPFER, D. *Padrão de concorrência e dinâmica competitiva: o caso da indústria brasileira de máquinas – ferramentas*. Rio de Janeiro : IEI/UFRJ, 1991. (Texto, 264)
- CREYSSEL, P. et SOROSTE, A , *Normalisation et qualité agro-alimentaire*, in: Multon, J-L, (Coord.). *La qualité des produits alimentaires : politique, incitatio, gestion et controle*, Econômica, Paris, 1997. p.253-263.
- CROSBY, PHILIP B. *Qualidade é Investimento*. Rio de Janeiro : José Olympio, 1994.
- CODRON, J. M. *Les Nouveux Operateurs du Negoce dse Fruits et Légumse sur la Scene Europeenne*. Montpellier: SIFEL, 1994,p7.
- De BRANDT, J. *Qualités et performances industrielles*. In: Nicolas F. & Valceschine, E. (Edit.) *Agro-alimentaire: une économie de la qualité, Economica*, Paris, 1995. p.237-252.
- DALUM, B., VILLUMSEN, G. *Are OECD Export specialisation patters sticky? Relations to the convergence – divergence debate*. Aalborg University, 1996. p.26 (DRUID – Working paper, 96-3)
- DEMING, E.. *Elementary princip of statistical control of quality*. Tokio : JUSE, 1950.

- D'HAUTEVILLE, F.; CODRON, J. M. *Une Approche des Relations Fournisseurs-Distribuiteurs du Vin, Fruits Frais et Produits Frais Laitiers*. Paris, Économie Rurale, mai/out-1998, p.16-24.
- DIMIER-VALLET, V. et ali. *Système, Marché et Filières Agro-Alimentaires*, Montpellier, ENSA/INRA, Mars 1998, 187p.
- DOSI, G. Institutions and market in a dynamic world. *The Manchester School*. Vol. VI. n.2, jun 1988.
- ENSA/INRA. *Mondilisation et Géostratégies agroalimentaires : Atelier sur Marché, Filières et Regulation*. Montpellier: Décembre de 1997, p 391-517.
- EYDMARD – DUVERNAY, F. *La Negociation de la qualité; In Agro – Alimentaire une economie de la qualité – INRA, economica*, p.39-48, 1996.
- ETENE/BNB. *Estudos sobre a agroindústria alimentar*. Fortaleza, v.6, p.170, 1991.
- FANFANI, R. et ali. Mudança técnica e reestruturação da indústria agroalimentar na Europa - uma reflexão teórica - metodológica. *Estudos FEE*, 12(2), 1995 p. 496 - 516.
- FARINA, E. M. M. Q. Q. ; ZYLBERSZTAJN, D. *Competitividade e organização das cadeias agroindustriais*. São Paulo: IICA, 1994.
- FAVEREU, O. Marchés internes, marches externes. *Revue Économique*, n° 2, 238-328. 1998
- FEIGENBAUM, V. *Controle de qualidade total*. São Paulo : Makron Books, v. 1-4, 1994.
- FERREIRA, A. V.; CARVALHO, F. M. A. de. Indicadores de competitividade das exportações agroindustriais brasileiras, 1980-1995. In: *Agronegócio brasileiro: desafios e perspectivas*. Brasília : SOBER, 1998 . p.919 a 930.
- FERGUJON, R.R ; FERGUSON, G. J. *Industrial Economics: Issues and perspectives*, London, 1994 p. 304.
- FRAÇOIS, P. et ali., la certification des exploitations agricoles. *Économie rurale*, n(258), juillet-août, Montpellier. 2000 p.54-68.
- FRUITROP, Spécial Statistique, lê marché international des fruits et legumes, avril, n(46), Paris, CIRAD-FLHOR, 1998. p. 8-17.
- FUNDAÇÃO CPE. *Conquista e desafios para a produção de frutas na Bahia*. Salvador: 1993. p.102
- GATTI, S. et alii. Contraintes Reglementaires et Logique Commerciale : Le cas de la France, de L'Italie et de L'Espagne, In : *Grande Distribution Alimentaire*, Montpellier,: Tome 1, 1997, p 521-540.
- GONÇALVES, J. S. et ali. *Competitividade e complexos de frutas e hortaliças dos países do Cone Sul: discussão sob a inserção brasileira*. Agricultura em São Paulo. São Paulo, v.42, (3), p.1-52.
- GRUPO DE RECHERCHE AGRO-ALIMENTAIRE –GRALL, *Qualité et Gestion em Agro-Alimentaire*, Cahier Special, Montpellier. 1999. p.136.
- GRANOVETTER, M. *Economic innstitutions as social construction : a fremwork for analysis*. Paper prepared for the CREA Conference, Paris 1994.

- GRANOVETTER, M. Economic action and social structure in: *The Sociology of Economic Life* Westview Press. 1992.
- GRAZIANO DA SILVA, J. *A nova dinâmica da agricultura brasileira*. Campinas, Ed. IE/UNICAMP, 1996.
- GREEN, R. H.; ROCHA DOS SANTOS, R.. Uma reflexão teórico-metodológica sobre o processo de reestruturação do setor agroalimentar na América Latina. In: *Seminário "Inovações Tecnológicas e Reestruturação do Sistema Agroalimentar"*. Curitiba, 1994.
- GROUP DE RECHERCHER AGRO-ALIMENTAIRE- GRAAL. *Qualité et gestion en agro-Alimentaire*, Cahier Special, Montpellier, 1999. p.134.
- HIAM, S. Vers. *Une Politique de Qualité des Entreprises Laitières Libanaises: Intérêts et Orientation Stratégique*. Mémoire DEA, ENSA/INRA, Montpellier, 1998, p.102
- HAGUENAUER, Lia.1989. *Competitividade: conceitos e medidas. Uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro*. Rio de Janeiro : IEI/UFRJ, 41 p. (Texto para discussão, 211)
- ISHIKAWA, K. *Introduction to quality control*. Tokyo : JUSE. 1954.
- JANK, M. S. *A inserção do Brasil e do setor cooperativo no mercado mundial de produtos agroindustrializados*. Piracicaba, OCB/ESAL/FEALQ. Relatório de Pesquisa. DESR.ESALQ/USP, 1990, p. 243.
- JURAN, J. M. *Quality control handbook*. New York : McGraw-Hill. 1974.
- KUPFER, D. *Padrão de concorrência e competitividade*. Rio de Janeiro : IEI/UFRJ, 1991. 32p. (Texto para discussão, 265)
- KUPFER, D. *Tecnologia Industrial Básica e Sistema Produtivo: normalização e qualidade industrial e seus aspectos institucionais no Brasil*. Tese de mestrado, IEI/UFRJ,1986.
- LABINI, P.S.. *Oligopólio e Progresso Técnico Forense*. Rio de Janeiro, 1990, p. 198.
- LAURET, F. et ali. *Production, Distribution et Organisation du Marché de Fruit et Légumes*, Série Etudes N.59, INRA-Montpellier, 1990. P.35.
- LAGRANGE, L. *Signes Officiels da Qualité et Développement Agricole*, Paris, INRA/ENITA- TEC & DOC,1999. P.395.
- LAURET, F. *Les Fruits et Légumes dans les Économies Méditerranéennes*, CIHEAM-actes du colloque de Chania, Montpellier,nov/99.p241.
- LEDERMANN, M-A. *La Nouvelle Organisation Comum de Marché de Fruits et Légumes Mise en place et Perspective*. Montpellier, INRA, Série de Etudes, 1997, p.88.
- LESSA, C. de A. *Integração estratégica, racionalidade estratégica e instituições*, in : *Seminário Internacional Instituições e Desenvolvimento Econômico*, Rio de Janeiro, nov. 1997. p. 22.
- LUNDWAL, B. *A National System Innovation. Towards a Theory of Innovation an Interactive Learning*. London e New York, Pinter,1995.
- LOEILLET, D. *Le CES ao chevet du sector fruits et légumes*, Montpellier, CIRAD-FLHOR, FruiTrop, avril, n(46), 1998, p. 8-17.

- MERCANDALLI, S. *Les Exploitations de fruits et Légumes des Pyrenees Orientales Face a la Hausse de la Competitivité Espagnole*, Montpellier, ENSA/INRA, Memoire DEA, 1998, p.257.
- MICLET, G. ; SIRIEX, L. *Agriculture et Alimentation en Quête de Nouvelles Légitimité*, Paris, Economica. 1999. 371p.
- MALUF, R. S. J. Um “mal necessário”? Comercialização agrícola e desenvolvimento capitalista no Brasil. Brasília: IPEA, 1992. p.245.
- MULLER, Geraldo. *Observações sobre a noção de complexo agroindustrial*. São Paulo : UNESP, 63 p. (Rascunho, 19) 1991.
- NAKANO, Y. 1994. Globalização, competitividade e novas regras de comércio mundial. São Paulo : REP, v.14, n.4(56), out/dez. p.7-30.
- NICOLAS, F., VALCESCHINI, E. *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*. Paris : Economica, 1996.
- ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE – OCDE, *La normalisation dse fruits et légumes : aspects techniques et économiques*, Paris, 1980. p.116.
- PAVIT, K. *Sectorial Patterns of Tecnical Change : Tawards a Taxonomy and a theory*. North-Holland, Research policy, 1984
- PEREZ, R. *Les strategies des firmes multinationales alimentaires*, Économie Rurale, nº 231, 1996.
- PERI, C. ; GAETA, D. Lês signes de qualité et d’origine ; um aperçu critique. In: Lagrange, L. *Signes officieles de qualité et développement agricole*, SFER, Clermont-ferrand, 1999, p.5-15.
- PERRIER-CORNET, P. et SYLVANDER, B. Les stratégies de qualité des entreprises et l’organisation des filères : stratégies économiques, In : Lagrange L. (Cood.), *Signes officieles de qualité et développement agricole*, SFER, Clermont-ferrand, 1999, p.107-119.
- PIMENTEL, C. R. *Evolução e tendências da fruticultura nordestina*. REN, 29 (1), P.11-19, 1998.
- PINAZZA, L. A. & ARAÚJO, N. B. *Agricultura na virada do século xx: visão de Agribusinees*. São Paulo:Globo/ABAG, 1993.
- PORTER, M. E. *Competitive Estrategy*. New York. Free Press, 1980.
- POSSAS, M. L. *Concorrência, inovações e complexos: algumas questões conceituais*. São Paulo: UNESP, p. 32. (Rascunho, n.19).
- POSSAS, M. La). *Estruturas de mercado em oligopólio*. São Paulo : Hucitec, .1985.p. 191.
- PROENÇA, A . A Próxima Mutação- Indústria Brasileira, TQC e a Gerência Estratégica de Produção. In : *Estretégias Empresariais na Indústria Brasileira*. (Org.), António B. Castro. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 1996 p.193-225.
- RAYNAUD, E. ; SAUVÉE, L. Signes collectifs de qualité et structures de gouvernance. *Économie Rurale*, 258, juillet-août 2000,p.101-112.

- RASTOIN, J.-L. ; CHARLES, V. *Le Groupe Strategique des Entreprises de Terroir, Agro-Montpellier*. Montpellier: 1999, p.23.
- RASTOIN, J. L. Tendencias generales de la agroindustria mundial. In: *Agricultura y Sociedad*, n. 67, abr./mai., 1993p. 159-181.
- REMAUD, H. Normalisation Commerciale de Produits du Terrior par la Distribution Alimentaire, In : *Grande Distribution Alimentaire*. Montpellier: Tome 1, 1997. P.473-486.
- ROSEMBERG, N. *Inside the book box-tecnology and economics*. Cambridge University Press, 1992.
- SCHUMPETER, J. *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Edi. Abril.1931.
- SCHERER, F. *Industrial Market Strutucture and Economic Performace*. Rnd Mc Nally, Chicago.1970 p. 285
- SÉNÉCHAL, F. PAC . *Pour un Changement de cap, Qaulité, Environnement et Sicieté*, SOLAGRAL. Paris,1998, p.118.
- SIRIEIX, L. Mieux Comprendre le Choix des Produits Alimentaires per le Consommateur : un enjeu pour l'agriculture et l'industrie agro-alimentaire, In : *Agriculture et Alimentation en Quête de Nouvelles Légitimités*. Org. de Miclet, G. et ali. (Org.) Paris: Economica, 1999. p. 109-132.
- SOLAGRAL. *Politique Agricole Commune et Relations Intertionales*. Collhoque de Chantilly, mai/95, Paris, p157.
- SOLAGRAL, Du GATT. à *L'Organisation Mondiale du Commrce, 15 fichiers pour comprendre*. Paris: 1995, p.53.
- SOLAGRAL, *Les Marchés des Fruits et Légumes dans le Monde, 37 fichiers pour comprendre*, Solagral-Paris,1997,p.140.
- SOROEST, A . *Agro-Alimentaire : Comment Garantir la Qualité*. Paris:AFNOR, 1996, p.168.
- SYLVANDER, B. & MELET, I. *Marchés des produits de Qualité Spacifique et Convention de Qualité dans quatre Pays de la CEE*. Paris: INRA série P, n. 93-01, 1993, p.108.
- SYLVANDER, B. Conventions de Qualité, et Institutions: le cas des produits de qualité specifique, In: *agro- alimentaire une economie de la qualité-INRA*, Paris, Economica , 1996 p. 167 – 184.
- SWEDEBERG, R. Markets as Social Structure in : *The Handbook of Economic Sociology*. Princetno, Russel Sage, 1994.
- TAGUCHI, G. *Introduction to off-line quality control*. Nagya : Central Japan Quality Association, 1999.
- THEVENÓT, L. Des Manchés aux normes. In: *Grande Trasnformation de L'agricultura-INRA*, Economica, 1995 p.53 – 72.
- TOLEDO, J. C. de (1996), *Gestão da Qualidade Agro-industrial*, In: Batalha, O. M., *Gestão Agro-industrial*, São Paulo: Atlas, Vol. 01, p. 437-487. Citando os princípios básicos trabalhados por Garvin , D. A . (1988), *Managing Quality* . New York : Free Press.

- TOUZARD, J. M. *Dynamiques Sectorielles et Dynamiques Territoriales : rencontre annoncée entre la Théorie de la Régulation et L'Economie des Conventions*, INRA/SAD, Montpellier, 1995, p.11.
- TRIMOILLE, A. *Les Stratégies de Qualité Dans la Filière Fruits et Légumes : L'exemple de la pomme*. Memoire DEA, CEMAGREF-Montpellier, 1992, p.82.
- TOWNSEND, P. L.. *Compromisso com a qualidade: um sistema comprovado de melhoria da qualidade*. Rio de Janeiro: .Campus, 1991, p. 188.
- TOMICH, F. A. Frutas. In: *Competitividade de grãos e de cadeias selecionadas do agribusiness*. Brasília : IPEA, 1998. (Texto para discussão, 538.
- VALCESHINI, E. Entreprises et pouvoirs publics face à la qualité. Les produits agro-alimentaires dans le marché européen. In: *La Grande Transformation de L'agriculture* INRA, Economia, 1996, p. 53 – 72.
- WILKINSON, J . *A New Paradigma for economic analysis?* Tese pós- doutorado, CEDI, Paris XIII, 1996, p. 42 (mimeo)
- WILKINSON, J. a) Mercosul e globalização: novos padrões de concorrência agroalimentar. Estudos Sociedade e Agricultura, nº 7, 1996a, P. 90-112.
- WILKINSON, J. b). *Estudo da competitividade da indústria brasileira: o complexo agroindustrial*. Rio de Janeiro : Forense/Ed. UFRRJ, 1996b, 136 p.
- WILLIANSO, O. *Transaction cost economics and organization theory*. Berkeley, University of California, 1996.
- ZYLBERSZTAJN, D. *Brasilian agricultural systems: industrialization and development*. Insituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo, 1994.
- ZYLBERSZTAJN, D. O Agribusiness: conceito, dimensões e tendências. In: FAGUNDES, Maria Helena (Org.). *Políticas Agrícolas e o Comércio Mundial*. Brasília : IPEA, 1996 cap. X, p. 351-379.
- ZYLBERSZTAJN, D. *O sistema agroindustrial do café: um estudo da organização do agribusiness do café visto como chave de competitividade*. Porto Alegre : ORTIZ, 1993, 258p.

ANEXO 01
ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO NA PESQUISA DE CAMPO

1.0 CARACTERÍSTICAS DA UNIDADE DE PRODUÇÃO

1.1 Razão social da empresa/propriedade rural:.....

1.2 Cidade.....Estado.....TelefoneData.....

1.3 Responsável pela resposta ao questionário.....

1.4 Cargo que ocupa na empresa/propriedade.....

1.5 Situação da exploração agrícola da empresa/propriedade no período 1998/99

Culturas	Variedades selecionadas visando à exportação	Áreas Plantadas (hectares)	Áreas Colhidas (hectares)	Produção em toneladas
Manga				
Uva				
Goiaba				
Tomate				
Mamão				
Acerola				
Cebola				

--	--	--	--	--

1.6 Perfil da Produção Agrícola

- Produção de Consorciada..... ()
- Produção Especializada com Foco no Mercado Interno.....()
- Produção Especializada com Foco no Mercado Externo ou Nicho
de Mercado.....()

2.0 COMERCIALIZAÇÃO E EXPORTAÇÃO

2.1 Montantes de Vendas e Mecanismos de Comercialização

[illegible]

Código do País: (1) Estados Unidos (2) Holanda (3) França (4) Inglaterra (5) Alemanha (6) Espanha (7) Itália (8) outros
Código do Comprador: (1) Cooperativa (2) Distribuidor Importador (3) Supermercado (4) Indústria de Processamento
 (5) Intremediário Local (6) outros

2.2 Classifique os fatores abaixo segundo sua importância como obstáculo à comercialização dos produtos no mercado exterior (marque com (X) a correspondência fator/graude importância)

FATORES	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Irrelevante
Custo de Transporte e/ou Portuário				
Qualidade do Produto Exportado				
Restrições Impostas pelo Importador Quanto aos atributos fitossanitários				
Taxa de Câmbio				
Tributos Internos incidentes sobre o produto exportado				
Política protecionista do mercado importador				
Preço do Produto Exportado				
Taxas Tarifárias Impostas pelo País Importador				
Cotas Impostas pelo País Importador e/ou acordos de restrição voluntária				
Regras de Origem				
Falta de Conformidade do Produto para com o Mercado Consumidor				

2.2 A empresa / propriedade desenvolve uma política sistemática para MELHORIA DA

QUALIDADE de seus produtos? () SIM () NÃO

Em caso afirmativo esta política envolve iniciativas de:

- () melhorias nas tecnologias de manejo cultural
- () melhorias nas tecnologias de processamento
- () mudanças nas técnicas organizacionais
- () iniciativas no âmbito das relações com fornecedores
- () iniciativas no âmbito das relações com os clientes
- () intensificação do uso de métodos de controle de qualidade
- () mudanças no mix de produtos
- () qualificação de mão-de-obra
- () iniciativas no âmbito das relações com instituições de pesquisa
- () outros.....

2.3 Assinale qual a posição da empresa/propriedade em relação às técnicas organizacionais com vista aos atributos de qualidade do produto, indicadas a seguir:

TÉCNICAS	Utiliza	Pretende utilizar em curto prazo	Está Implementando	Não tem planos de Implementar
Controle de Qualidade Total – QTC como suporte à produção				
Normas Internacionais de Qualidade - ISSO 9000				
Normas Internacionais de Gestão Ambiental – ISSO 14000				
Instrutivos de Padronização e Classificação				
Instrutivos de Exigências Quarentenárias				
Interação com Instituições Governamentais (Ministério da Agricultura, INMETRO etc.)				

--

As questões a seguir dizem respeito ao principal produto exportado pela sua empresa, ou seja , aquele que é responsável pela maior receita de exportação da empresa

3.0 QUALIDADE COMO FATOR DE COMPETITIVIDADE NO MERCADO EXTERNO

Qual a sua concepção a respeito da “qualidade” como fator de competitividade?

3.1 Principal produto exportado pela empresa nos últimos anos:.....
e participação no total das exportações da Empresa.....%

3.2 A partir das exigências dos Compradores/Importadores deste produto, indique na seqüência abaixo uma pontuação de importância conforme sua avaliação:

ITENS	NOTA
Preço	
Tamanho	
Coloração	
Sabor	
Pontualidade na Entrega	
Ausência de manchas e/ou ferimentos	
Regularidade no Fornecimento	
Odor	
Teor de Açúcar	

1- pouco importante 2- importante 3- muito importante

3.3 Tendo em vista os principais atributos da qualidade, classifique a importância desses atributos em relação ao mercado importador:

ATRIBUTOS	América do Norte	União Européia	América Latina	Asia-Oceania
-----------	------------------	----------------	----------------	--------------

Conformidade Fisiológica	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Composição Nutricional	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Marca do Produto	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Cerificado de Origem	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Prazo de Entrega e estabilidade da Oferta	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Serviços de Pós-Vendas	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Atendimento às normas Técnicas	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Atendimento às Especificações pelo Consumidor	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Durabilidade e Facilidade de Manuseio	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()
Adequação à Legislação Fitossanitária	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()	Grande () Relativa () Pequena () Nenhuma ()

4.0 NORMA TÉCNICA COMO OBSTÁCULO ÀS EXPORTAÇÕES

4.1 A empresa / propriedade enfrentou ou enfrenta obstáculos para a penetração ou expansão no mercado internacional decorrentes de problemas ligados à normalização de seus produtos?

SIM ()

NÃO ()

4.2 **Em caso afirmativo**, classifique os problemas indicados abaixo segundo sua importância como obstáculo à penetração ou expansão no mercado internacional:

	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Irrelevante
Produto fora de especificação ou Conformidade				
Exigência de atendimento à norma nacional do País Importador				
Exigência de Certificação de Qualidade				
Exigência de atendimento à norma da empresa/agente importadora diferente da norma do País Importador				

4.3 Selecione uma opção a seguir para indicar a natureza do(s) problema(s) registrados na questão anterior:

Produto fora de especificação ou conformidade devido a:

- () inexistência de norma brasileira
- () não atendimento à norma brasileira

Exigência de atendimento à norma nacional do País Importador:

- () diferente da brasileira
- () diferente da internacional, adotada no âmbito da Organização Mundial do Comércio-OMC
- () excessiva : norma contendo especificação tecnicamente injustificável
- () desconhecida
- () instituída sob contrato de compras da produção com cláusulas específicas de atendimento a qualidade
- () instituída sob Plano de Trabalho específico do produto com participação do Governo Brasileiro-Governo do País Importador-Segmento Produtor-Segmento Importador

Exigência do “CERTIFICADO DE QUALIDADE” pelo importador :

- () não apresentado
- () diferente do apresentado, mas de obtenção possível
- () diferente do apresentado e de obtenção difícil
- () diferente do solicitado de exportadores de outros Países
- () diferente do solicitado a produtores de outros Países
- () vinculado a Apelação de Origem do Produto
- () de responsabilidade e controle do Importador

4.4 Como foi o acesso às normas que instituíram “ATRIBUTOS DE QUALIDADE” para exportação:

- ☐ foram informadas pelo importador
- ☐ foram fornecidas pelo importador juntamente com todas as informações necessárias para sua implementação
- ☐ foram obtidas junto a organismos internacionais de promoção de exportação ou de normalização
- ☐ foram obtidas junto a organismos de normalização do País importador
- ☐ foram obtidas junto a organismos brasileiros de promoção de exportação e/ou normalização
- ☐ resultou de aprendizado da própria empresa
- ☐ resultou de organização coletiva, parcerias com outras empresas

OBS: Se possível cite alguns desses organismos sejam nacionais ou internacionais :

.....

4.5 Em sua opinião, qual o papel desempenhado pelos atores abaixo no caso da adoção das Normas à Exportação:

- Empresa Importadora..... ☐ facilitou ☐ foi neutra ☐ dificultou
- Organismos do País
- Importador☐ facilitou ☐ foi neutra ☐ dificultou
- Organismos Brasileiros☐ facilitou ☐ foi neutra ☐ dificultou
- Organismos Internacionais☐ facilitou ☐ foi neutra ☐ dificultou

4.6 Qual a proporção de suas exportações sujeitas ao controle de qualidade, certificação de qualidade ou outros sistemas de garantia de qualidade aplicados pelo importador?

- ☐ até 10% ☐ 11% a 30% ☐ 31 a 50% ☐ 51 a 70% ☐ mais de 71%

4.7 A proporção de suas exportações rejeitadas pelo importador devido ou não atendimento de normas ou insuficiência da qualidade em sua opinião é:

- ☐ baixa
- ☐ normal
- ☐ alta, mas razoável levando-se em conta as condições de produção no produção
- ☐ excessivamente alta mesmo levando-se em conta as condições de produção no Brasil ou os índices de outros concorrentes de nível tecnológico semelhante

4.8 A maior incidência de restrições associadas às normas técnicas ocorrem nas vendas a PAÍSES que são membros de blocos como:

América do Norte () SEI- União Européia () Japão ()
 América do Sul () Ásia () Outros ()

4.9 Na sua opinião, as normas técnicas incidentes sobre o produto exportado são :

- () de caráter voluntário e estabelecem procedimentos necessários para a produção e consumo do produto de forma adequada
- () de caráter compulsório e restringem o número de competidores
- () resultantes da negociação entre as partes interessadas em fóruns apropriados
- () aplicadas de forma a discriminar alguns produtores e restringir a concorrência
- () de caráter convencional, resultantes de uma coordenação entre as partes interessadas a partir de princípios e/ou regras existentes
- () resultantes de esforços gerados fora do âmbito da empresa com participação de instituições governamentais
- () resultantes de uma convenção de esforços técnicos
- () resultante de uma articulação de uma convenção comunitária (produtores) e grandes importadores
- () estabelecidas sob contrato

4.10 No que se refere ao consumo de frutas e/ou legumes indique 04 (quatro) estratégias prioritárias para estimular a competitividade nos próximos cinco anos dentre as citadas a seguir:

- () melhoria da qualidade do produto
- () esclarecimento ao consumidor quanto à qualidade dos produtos
- () diferenciação do produto
- () maior diversificação de produtos
- () intensificação da fiscalização fitossanitária dando conhecimento ao consumidor
- () identificação de Nichos de Mercado
- () redução de custos
- () implementação da certificação e padronização dos produtos
- () investir em marca própria ou marca de origem do produto
- () implementar campanhas de segurança alimentar com base certificação
- () implementação de uma rede logística capaz de agregar valor ao produto

4.11 Considerando que o perfil de conduta da empresa prioriza uma atuação no segmento de produtos exportados assinale a importância correspondente a cada fator condicionante da competitividade :

FATORES	Muito Importante	Importante	Irrelevante
Tecnologia de Processo			

Produtividade			
Qualidade da Mão-de-Obra			
Qualidade das mudas e insumos			
Rede de distribuição			
Infra-estrutura regional			
Terminais portuários			
Escala de produção			
Domínio da tecnologia			
Incentivos financeiros			
Qualidade do produto			
Custo de mão-de-obra			
Assistência Técnica pelo fornecedor			
Campanha Promocional			
Proximidade do fornecedor de matéria-prima			
Incentivos Tributários			
Proximidade do Mercado Comprador			
Regularidade fornecimento			
Investimento em pesquisa			

4.12 Liste de forma resumida as exigências e principais problemas relativos a diversos produtos (hortifrutos) comercializados no Mercado Internacional no contexto atual de Economia Globalizada:

PRODUTOS	EXIGÊNCIAS	PROBLEMAS
----------	------------	-----------

MANGA

UVA

GOIABA

MAMÃO

MELÃO

ABACAXI

CEBOLA

TOMATE
