

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

FACULDADE DE ECONOMIA

**A CITRICULTURA ALGARVIA, ESTRATÉGIAS
TÉCNICAS E INSTITUCIONAIS PARA O INÍCIO DO SÉC. XXI**

Tese para a obtenção do grau de doutor no ramo de Economia,
na especialidade de Economia da Empresa dos Mercados e Produtos

MARIA EMÍLIA BÁRBARA MADEIRA E MADEIRA

Orientadores:

Doutor Agostinho Mesquita de Carvalho
Doutor João Pinto Guerreiro

Constituição do Júri:

Presidente: Reitor da Universidade do Algarve

Vogais: Doutor Artur da Rosa Pires

Doutor Artur Fernando Arede Correia Cristóvão

Doutor Adriano Lopes Gomes Pimpão

Doutor António Manuel Alinho Covas

Doutora Maria Teresa de Noronha

Doutor Júlio da Costa Mendes

Licenciado António Albino Correia Fragata

FARO
2007

*Aos citricultores do Algarve,
nos quais incluo também a minha família*

ÍNDICE GERAL

Página

1. INTRODUÇÃO	1
1.1 - ORGANIZAÇÃO DA INVESTIGAÇÃO	7
2. ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL E TEÓRICO	11
2.1 - PARÂMETROS CONCEPTUAIS.....	12
2.1.1 – <i>Estratégia</i>	12
2.1.1.1 - Estratégias nas Organizações.....	17
2.1.1.2 - O processo de formulação de estratégias	19
2.1.1.2.1 - Planeamento estratégico	25
2.1.1.2.1.1 - Análise Externa	27
O contexto Sectorial	28
2.1.1.2.1.2 – Análise Interna.....	29
2.1.2 - <i>Competitividade</i>	30
2.1.2.1 – Competitividade / inovação tecnológica	31
2.1.2.2 - Competitividade / Globalização / Procura doméstica	33
2.1.2.3 - Vantagem Competitiva.....	34
2.1.2.3.1 – Competitividade / factores chave de sucesso	40
2.1.2.4 - A diferenciação.....	41
2.1.2.4.1 - Indutores de diferenciação.....	43
2.1.2.4.2 - O Custo de diferenciação.....	44
2.1.2.4.3 - Critérios de compra do comprador	45
2.1.2.4.3.1 – Identificação de critérios de compra	46
2.1.2.4.3.2 - Estratégia de diferenciação	48
2.1.2.4.3.3 - A sustentabilidade da estratégia de diferenciação.....	49
2.1.3 - <i>Qualidade(s)</i>	51
2.1.3.1 - Conceitos de qualidade.....	52
2.1.3.1.1 - A qualidade no sistema agro-alimentar.....	55
2.1.3.1.1.1 – Parâmetros que afectam a qualidade	56
2.1.3.2 – Qualidade / custos.....	58
2.1.3.3 - Gestão da qualidade.....	60

2.1.3.4 – Qualidade e a teoria das convenções.....	62
2.1.3.5 - Factores de qualidade nos citrinos para consumo em fresco	65
2.1.3.6 - Políticas Comunitárias / qualidade / especificidade.....	69
2.1.3.6.1 - A qualidade alimentar / certificação, na Europa Comunitária	70
2.1.4 – O Sistema Produtivo / Qualidade.....	74
2.2 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO - DESENVOLVIMENTO E A “TEORIA DO PROGRESSO TÉCNICO E INSTITUCIONAL INDUZIDO”	80
2.2.1 - <i>Inovação tecnológica e institucional como elementos chave da competitividade e da dinâmica económica</i>	80
2.2.1.1 - Abordagens teóricas sobre progresso tecnológico e institucional/desenvolvimento.....	84
2.2.1.1.1 – Teoria neoclássica.....	84
2.2.1.1.2 – Teorias de inovações induzidas.....	85
2.2.1.1.3 – Teorias Schumpeterianas	88
2.2.1.1.3.1 – Abordagens teóricas neo-schumpeterianas	90
2.2.1.1.3.2 – Teoria evolucionista.....	91
2.2.2 – <i>Teorias de Desenvolvimento agrícola</i>	96
2.2.3 – <i>A Teoria das Inovações Técnicas e Institucionais Induzidas</i>	101
2.2.3.1 - As inovações técnicas e institucionais induzidas.....	102
2.2.3.2 - A inovação induzida e as instituições de investigação pública	105
2.2.3.3 - A inovação induzida e as estações de experimentação e de transferência de tecnologias agrícolas	109
2.2.3.4 - Progresso técnico induzido de forma endógena / exógena	111
2.2.3.5 - Inovação induzida e política de desenvolvimento agrícola.....	111
2.2.3.6 – Inovações Induzidas: o desenvolvimento agrícola e o crescimento económico.....	113
2.2.4 – <i>Algumas críticas ao modelo de Inovação Técnica e Institucional Induzido de Hayami e Ruttan</i>	116
3. METODOLOGIA	122
3.1 - JUSTIFICAÇÃO DA METODOLOGIA	123
3.2 - METODOLOGIA ADOPTADA	126
3.2.1 - <i>Análise do contexto geral</i>	126
3.2.2 - <i>Análise do contexto sectorial</i>	128

3.2.2.1 - <i>Entrevista aos agentes de comercialização</i>	129
3.2.2.1.1 - O Inquérito	129
3.2.2.1.2 - Definição de uma amostra representativa	131
3.2.2.1.3 - Tratamento e análise dos dados	135
Canais de distribuição dos citrinos do Algarve	136
Qualidades exigidas pelos diferentes canais de distribuição	137
Adequação das centrais fruteiras às condições exigidas pela legislação em vigor e pelo caderno de especificações da IGP, “Citrinos do Algarve”	139
Gestão da qualidade	140
Identificação de uma “nova” tipologia	141
Identificação do problema	142
 4. ENQUADRAMENTO GERAL DA CITRICULTURA – CONDICIONALISMOS AO SISTEMA CITRÍCOLA ALGARVIO	144
4.1 - ENQUADRAMENTO DOS CITRINOS DO PONTO DE VISTA SÓCIO – CULTURAL	145
4.1.1 - <i>Origem dos citrinos e o papel dos Portugueses na sua difusão</i>	145
4.1.2 - <i>Factores que incidem no consumo de citrinos</i>	148
4.1.3 - <i>Evolução do consumo de citrinos, em fresco e transformados. Perspectivas futuras</i>	151
4.2 - ENQUADRAMENTO DOS CITRINOS DO PONTO DE VISTA POLÍTICO LEGAL	152
4.2.1 - <i>A Política Agrícola Comum (PAC)</i>	152
4.2.1.1 - A PAC / A Organização Comum de Mercados (OCM) das frutas e legumes	157
4.2.2 - <i>OMC / A PAC</i>	164
4.2.3 - <i>Condicionalismos a auxílios estatais para a agricultura</i>	167
4.3 – ENQUADRAMENTO DOS CITRINOS DO PONTO DE VISTA ECONÓMICO	169
4.3.1 – <i>Evolução da produção mundial de citrinos nas últimas décadas</i>	169
4.3.1.1 – Citrinos destinados à indústria nas diferentes regiões e nos principais países produtores	171
4.3.1.2 - O Comércio internacional de citrinos	172
4.3.2 - <i>O consumo de citrinos (em fresco e transformados)</i>	174
4.4 – PRODUÇÃO DE CITRINOS EM PORTUGAL / ALGARVE	176
4.4.1 – <i>Os citrinos no Algarve</i>	178
4.4.1.1 - Importância económica, social e ambiental dos citrinos no Algarve	179

4.4.1.2 - Estrutura da produção de citrinos no Algarve.....	182
4.4.2 – Importações / Exportações de citrinos, realizadas por Portugal.....	184
4.5 – CONDICIONALISMOS EXTERNOS AO SISTEMA CITRÍCOLA ALGARVIO.....	189
4.5.1 – O principal competidor dos citrinos do Algarve.....	190
5. RESULTADOS DA INVESTIGAÇÃO E DISCUSSÃO	192
5.1 - CRITÉRIOS DE COMPRA MAIS VALORIZADOS PELOS CONSUMIDORES FINAIS DOS CITRINOS DO ALGARVE.....	195
5.1.1 - Critérios de compra utilizados pelos consumidores finais portugueses na aquisição de citrinos.	195
5.1.2 - Qualificação atribuída aos citrinos do Algarve, relativamente aos de outras origens e características que lhes conferem a reputação.....	198
5.1.3 - Reconhecimento de símbolos de qualidade europeia.....	200
5.2 - A COMERCIALIZAÇÃO DOS CITRINOS DO ALGARVE.....	203
5.2.1 – Estrutura e funcionamento dos agentes de Comercialização.....	206
5.2.1.1 - Quantidades comercializadas de citrinos do Algarve, por tipo e nº de agentes (Produtores, Intermediários Grossistas e Organizações de Produtores)	207
5.2.1.2 - Adequação das centrais à legislação em vigor.....	209
5.2.2 - Formas de aquisição dos citrinos do Algarve e apoio técnico disponibilizado pelos diferentes tipos de agentes de comercialização	212
5.2.3 - Importância económica e social dos principais canais de distribuição para os citrinos do Algarve....	217
5.3 - A(S) QUALIDADE(S) ASSOCIADA(S) AOS DIFERENTES CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	224
5.3.1 - Critérios de compra para os principais canais de distribuição.....	225
5.4. – ENQUADRAMENTO TÉCNICO E INSTITUCIONAL, PARA DAR RESPOSTA A UMA DAS PRINCIPAIS EXIGÊNCIAS DO MERCADO DOS CITRINOS	231
5.4.1 - Factores que contribuem para a alteração do “aspecto exterior dos citrinos”	232
5.4.1.1 – Tecnologias disponíveis para ultrapassar os principais problemas relativos ao aspecto exterior dos citrinos do Algarve	233
5.4.1.2 – Investigação levada a cabo, nos últimos 12 anos, pelas Instituições do Algarve na área da citricultura	239
5.4.1.3 - Financiamentos de IED em citrinos e de PI no Algarve (de 2000 até 2006)	242

5.5 – A IGP “CITRINOS DO ALGARVE”	252
5.5.1 - Introdução / O que é uma IGP? / Que fins devem estar subjacentes à sua concepção? ...	252
5.5.2 - A IGP “Citrinos do Algarve” - um insucesso	257
5.6 - O CENTRO TECNOLÓGICO DE CITRICULTURA	273
6. CONCLUSÕES	280
ANEXO A: DADOS DE PORTUGAL / ALGARVE	304
ANEXO B: CITRINOS A NÍVEL MUNDIAL	314
ANEXO C: MODOS DE PRODUÇÃO DE CITRINOS, NO ALGARVE, TENDO EM CONTA O AMBIENTE.....	329
A Luta Química Cega	330
A Luta Química Aconselhada.....	330
A Protecção Integrada	331
A Agricultura Biológica	331
A Produção Integrada	332
ANEXO D: INVESTIGAÇÃO, EXPERIMENTAÇÃO E DIVULGAÇÃO, LEVADA A CABO POR INSTITUIÇÕES REGIONAIS	333
D.1: FOLHETOS E DESDOBRÁVEIS, SOBRE CITRINOS, DIVULGADOS PELA DIRECÇÃO REGIONAL DE AGRICULTURA DO ALGARVE	334
D.2: INVESTIGAÇÃO, EXPERIMENTAÇÃO, DEMONSTRAÇÃO E FORMAÇÃO LEVADA A CABO POR INSTITUIÇÕES REGIONAIS	337
ANEXO E: INTOXICAÇÕES CONSTATADAS PELO INEM NOS ANOS DE 2006 E 2007.....	341
ANEXO F: UTILIZAÇÃO DA IGP – “CITRINOS DO ALGARVE”	343
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	323

(LISTA DE FIGURAS)

	Página
Figura 4.1 - Evolução da Produção Mundial de Citrinos 1970-2000	169
Figura 4.2 - Os Dez Principais Países Produtores de Citrinos a Nível Mundial.	170
Figura 4.3 - Estrutura da Produção em Grupos de Variedades nas Principais Zonas e Países Citrícolas	171
Figura 4.4 - Percentagem da Produção Destinada à Indústria nas Principais Zonas Citrícolas e nos Dez Maiores Produtores de Citrinos	172
Figura 4.5 - Os Dez Principais Países Exportadores de Citrinos em Fresco.....	173
Figura 4.6 - Evolução das Importações de Citrinos para Consumo em Fresco pelos Dez Principais Países Importadores	174
Figura 4.7 - Estrutura da área citrícola nacional pelas diferentes Regiões Agrárias (1992)	176
Figura 4.8 - Estrutura da área citrícola nacional pelas diferentes Regiões Agrárias (2002)	177
Figura 4.9 - Distribuição dos Citrinos relativamente às diferentes regiões agrárias, por grupos de variedades.....	178
Figura 4.10 - Evolução da área de Citrinos no Algarve, por concelho - 1989/1999	180
Figura 4.11 - Importância do valor dos citrinos, da alfarroba e da amêndoa relativamente ao do Produto Final Agrícola no Algarve	181
Figura 4.12 - Estrutura da produção de citrinos do Algarve (Ton) relativamente aos principais grupos de variedades (evolução 1990 a 2006)	183
Figura 4.13 - Exportações / Importações (Ton.) de citrinos realizadas por Portugal	184
Figura 4.14 - Importações de citrinos por Portugal / Origem das importações pelos diferentes continentes (1989 / 2002)	185
Figura 4.15 - Desagregação das importações de citrinos (Ton) relativamente aos principais países de origem (1998 / 2002)	185
Figura 4.16 - Exportações de citrinos por Portugal / destinos das exportações para os diferentes continentes	186

Figura 4.17 - Desagregação das Exportações de citrinos (Ton) pelos principais países de destino (1998 /2002).....	187
Figura 4.18. – Evolução das importações de frutas (Ton) por Portugal (1993 a 2002)	187
Figura 5.1 - A comercialização dos citrinos do Algarve, feita pelos diferentes tipos de agentes.....	209
Figura 5.2 - Percentagens pelas diferentes formas de aquisição dos citrinos do Algarve, relativamente às quantidades comercializadas e ao respectivo número de agentes.....	213
Figura 5.3 - Tipos de agentes, quantidades comercializadas e formas de aquisição dos citrinos do Algarve que estes comercializam (2002/2003)	215
Figura 5.4 – A representatividade de cada um dos canais de distribuição dos citrinos do Algarve, relativamente à quantidade total comercializada e ao número de agentes que os utiliza.....	219
Figura 5.5 – Quantidades comercializadas de Citrinos do Algarve para consumo em fresco, pelos diferentes canais de distribuição e por tipo de agente.....	220

(LISTA DE TABELAS)

Página

Quadro 3.1 – Amostra estratificada dos Consumidores Nacionais, por Regiões.	128
Quadro 3.2 – Estratificação da amostra dos agentes de comercialização dos citrinos, no Algarve.....	134
Quadro 5.1 - Factores considerados importantes, para os consumidores nacionais quando adquirem citrinos.....	196
Quadro 5.2 - Atributos de qualidade mais valorizados, quando da aquisição de citrinos, ordenados de forma decrescente de valoração	197
Quadro 5.3 - Notoriedade dos citrinos do Algarve	198
Quadro 5.4 - Opinião que os inquiridos têm dos citrinos do Algarve, comparativamente a citrinos de outras proveniências.....	199
Quadro 5.5 - Comportamento dos inquiridos no caso de diferenciarem, quando da compra, os citrinos do Algarve relativamente aos de outras proveniências	199
Quadro 5.6 - Reconhecimento da sigla/símbolo de IGP	200
Quadro 5.7 - Reconhecimento do símbolo de Protecção Integrada	201
Quadro 5.8 – Percentagem de citrinos provenientes do Algarve, comercializada por tipo de agente.....	208
Quadro 5.9 - Tipos de agentes (Produtor/OP/IGross.), cumprimento dos requisitos legais e predisposição para investir com vista à adequação ao que lhes é exigido	210
Quadro 5.10 – Tipos de agentes de comercialização e apoio técnico dado aos respectivos fornecedores com vista à obtenção de produto de qualidade.....	216
Quadro 5.11 – Atributos de qualidade considerados como “muito importantes” quando da aquisição de citrinos por parte dos Mercados Abastecedores (M.Abast.) e das Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies (CCGMS), por ordem decrescente de frequências de respostas.	226
Quadro 5.12 – Atributos de qualidade organoléptica, de serviços e higiénico-sanitária considerados como muito importantes e apresentando frequências de respostas superiores a 50%, relativamente ao que é exigido pelas CCGMS e pelos Mercados Abastecedores na aquisição de citrinos	227
Quadro 5.13 - Modos de produção dominantes na citricultura algarvia	234

Quadro 5.14 - Meios de luta disponíveis para o combate eficiente dos agentes que mais afectam o aspecto dos citrinos do Algarve	235
Quadro 5.15 – Folhetos e desdobráveis com orientações técnicas sobre citricultura, divulgados pela DRAALG desde 1992	237
Quadro 5.16 – Ensaios em curso, sobre citrinos, na DRAALG.....	238
Quadro 5.17 – Títulos da Investigação levada a cabo, na área da citricultura, com a participação de instituições algarvias, desde 1995 a 2006	240
Quadro 5.18 - Financiamentos, no Período 2000-2006, para IED e para a implementação de PI nos citrinos do Algarve.....	243
Quadro 5.19 - Utilização da IGP - “Citrinos do Algarve” no período 1996/2001	258
Quadro 5.20 - Utilização da IGP- “Citrinos do Algarve” no ano agrícola 2002/2003.....	259
Quadro 5.21 - Utilização da IGP- “Citrinos do Algarve” nos anos agrícolas 2003/2004 a 2006/2007.....	260
Quadro 5.22 - Os agentes de comercialização dos citrinos do Algarve e a IGP.	262
Quadro 5.23 – Os agentes de comercialização dos citrinos do Algarve, canais de distribuição utilizados e adequação à IGP	264

(LISTA DE ABREVIATURAS)

ABECITRUS: Associação Brasileira dos Exportadores de Citrinos.

ACE: Associação Complementar de Empresas

AFSA: Associação de Fruticultores do Sotavento do Algarve.

AGRO: Programa Operacional de Agricultura e Desenvolvimento Rural, denominado AGRO (Quadro Comunitário de Apoio, 2000-2006).

APAGAL: Associação para os Produtos Agro-Alimentares Tradicionais Certificados do Algarve.

APICITRO: Associação de Protecção Integrada de Citrinos.

APTA: Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios.

CCGMS: Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies.

CEA: Contas Económicas da Agricultura.

CEAL: Confederação dos Empresários do Algarve.

CERA: Conselho Empresarial da Região do Algarve.

CIAV: Centro de Informação Antivenenos.

CIDER: Centro de Investigação de Desenvolvimento e Economia Regional.

CSIC: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

CTC: Centro Tecnológico de Citricultura.

DGPC: Direcção Geral de Protecção das Plantas.

DPPF: Departamento de Protecção das Plantas e de Fitoecologia.

DQAA: Defence Quality Assurance Authority.

DRAALG: Direcção Regional de Agricultura do Algarve.

UE: União Europeia.

FAO:(Food and Agriculture Organization), Organização para a Agricultura e Alimentação.

FEA: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade.

GLOBALGARVE: Agência de Desenvolvimento Regional do Algarve.

GMS: Grandes e Médias Superfícies.

GPPAA: Gabinete de Planeamento e Política Agro-Alimentar.

HACCP: (Hazard Analysis and Critical Control Points), Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controlo).

IEA: Inquérito às Estruturas Agrárias.

IEADR: Instituto de Estruturas Agrícolas e Desenvolvimento Rural.

IED: Investigação/Experimentação e Desenvolvimento.

IFADAP: Instituto Financeiro de Apoio ao Desenvolvimento da Agricultura e das Pescas.

IFAP: Instituto Financeiro de Agricultura e Pescas.

IGP: Indicação Geográfica Protegida.

IGros: Intermediários Grossistas.

INE: Instituto Nacional de Estatística.

INIA: Instituto Nacional de Investigação Agrícola.

INIAP: Instituto Nacional de Investigação Agrária e Pescas.

INRB: Instituto Nacional de Recursos Biológicos.

IPAF: Inquérito às Plantações de Árvores de Frutos.

IRNAS: Instituto de Recursos Naturales y Agrobiologia de Seville.

ISA: Instituto Superior de Agronomia.

ISO: “International Standards Organization” que corresponde em português a Organização Internacional para a Padronização.

IVIA: Instituto Valenciano de Investigación Agrícola.

LQA: Luta Química Aconselhada.

LQC: Luta Química Cega.

MADRP: Ministério da Agricultura do Desenvolvimento Rural e das Pescas.

NERA: Núcleo Empresarial da Região do Algarve.

OCM: Organização Comum de Mercados.

OMC: Organização Mundial do Comércio.

OP: Organizações de Produtores.

PAC: Política Agrícola Comum.

PAMAF: Programa de Apoio à Modernização Agrícola e Florestal, tendo em vista o reforço da capacidade competitiva do sector, a viabilização económica das explorações agrícolas e a preservação dos recursos naturais e do ambiente (Quadro Comunitário de Apoio 1994-1999).

PENSA: Programa de Estudos dos Negócios dos Sistemas Agro Alimentares.

PI: Protecção Integrada.

QREN: Quadro de Referência Estratégica Nacional.

RGA 99: Recenseamento Geral Agrícola de 1999.

RTA: Região de Turismo do Algarve.

RURIS: Plano de Desenvolvimento Rural.

SAPI: Sistema de Administração e Publicação de Informações.

SAU: Superfície Agrícola Utilizada, inclui horta familiar, culturas e pastagens permanentes, terras aráveis limpas (culturas temporárias e pousio) e sob coberto de matas e florestas.

SNAA: Serviço Nacional de Avisos Agrícolas.

UNICAMP: Universidade Estadual de Campinas.

UNIPROFRUTAL: União de Produtores Horto-Frutícolas do Algarve.

UTA: Unidade de Trabalho Anual, corresponde ao trabalho de uma pessoa ocupada a tempo inteiro. É equivalente a 2200 horas de trabalho por ano (8 horas por dia durante 275 dias).

UTL: Universidade Técnica de Lisboa.

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho implicou, sem dúvida, gosto em fazê-lo. Contudo, esta premissa, sendo condição necessária, nunca seria suficiente para conseguir levar a cabo uma tarefa desta natureza se não contasse com o apoio técnico, científico e humano que me foi disponibilizado por um conjunto de pessoas a quem o mesmo se fica também a dever.

Foram muitos, aqueles, que generosa e pacientemente prestaram a sua colaboração através de ensinamentos, de conselhos, de fornecimento de dados, de trabalhos auxiliares e mesmo, mas igualmente importante, de apoio material e psicológico.

Em primeiro lugar vai o meu agradecimento para os orientadores deste trabalho, Professores Doutores Agostinho de Carvalho e João Guerreiro, pelo interesse que colocaram na abordagem desta problemática e pela sua disponibilidade permanente para ensinar, para aconselhar e para corrigir o que a impaciência e o voluntarismo por vezes comprometiam.

Aos Conselhos Directivo, Científico e Pedagógico da Faculdade de Economia, agradeço o estímulo, que me incutiram, para materializar esta etapa considerada basilar para a progressão na minha carreira, bem como a dispensa de serviço docente, que me foi proporcionada ao abrigo do PRODEP, com o conjunto de benefícios que daí derivaram, para poder desenvolver o esforço que o trabalho acarretou.

Desejo manifestar igualmente a minha gratidão, pela disponibilidade evidenciada e espírito de colaboração, a todos os responsáveis de Instituições e agentes de comercialização a que recorri, para a obtenção de dados e/ou respostas a inquéritos.

No decorrer dos trabalhos muitas foram as horas de desânimo. Aí pude contar sempre com a amizade e camaradagem de muitos, bem como com a disponibilidade, os conselhos, o optimismo e a solidariedade de outros, o que ajudou, sem dúvida, não só a ultrapassar os maus momentos, como também a resolver questões que pareciam insolúveis. Os meus agradecimentos são pouca coisa para tal dívida.

Finalmente, um agradecimento muito especial à minha família, particularmente ao meu marido, minhas filhas, minha mãe e minha neta, pela estabilidade emocional que me transmitiram no decorrer deste trabalho.

A todos a gratidão da Emília Madeira

RESUMO

Neste trabalho pretendemos abordar alguns dos factores que têm vindo a afectar a competitividade da citricultura algarvia, após a entrada em vigor do Mercado Único Europeu e perante uma economia cada vez mais globalizada.

De acordo com o enquadramento conceptual e teórico, numa economia global qualquer estratégia competitiva deve ter subjacente a(s) qualidade(s), entendida(s) como a capacidade de dar resposta ao mercado, considerado como o conjunto dos principais tipos de agentes nos diferentes níveis do sistema citrícola algarvio. Assim, o objectivo principal deste trabalho foi identificar eventuais disfunções (técnicas e institucionais) relativas ao sistema citrícola, que têm contribuído, directa ou indirectamente, para a não satisfação das expectativas dos principais clientes/consumidores.

A investigação incidiu na análise do contexto geral da citricultura algarvia, do ponto de vista sócio-cultural, político-legal e económico, tendo em vista identificar os condicionalismos com que aquela se depara, e na análise do contexto sectorial, de modo a compreender o funcionamento dos principais clientes, fornecedores e concorrentes, parte que consideramos ser o núcleo central da tese.

Os resultados dessa investigação permitiram-nos fazer uma caracterização dos atributos de qualidade considerados determinantes na aquisição dos citrinos, designadamente dos citrinos do Algarve, por parte dos consumidores nacionais,

conforme estes se apresentem no mercado, de forma indiferenciada ou não, bem como por parte dos principais canais de distribuição.

Na investigação empírica identificaram-se limitações de ordem técnica e institucional que têm inviabilizado ou condicionado, de forma marcante, a capacidade da citricultura (subsistema de produção, primeiro elo da cadeia) dar resposta ao mercado.

As conclusões apuradas para o desenvolvimento da citricultura algarvia basearam-se na teoria da “inovação técnica e institucional induzida” de Hayami e Ruttan (1998). Pensamos, desta forma, dar um contributo para a definição de estratégias para o desenvolvimento da citricultura algarvia tendo em conta o mercado e os recursos disponíveis.

Palavras-chave: Competitividade; Estratégia; Qualidade; IGP - “Citrios do Algarve”; Inovação técnica e institucional; Sistema citrícola.

ABSTRACT

This research approaches same factors that have been affecting the competitiveness faced by the Algarve citrus culture since the European Single Market came into force and before a more and more global economy.

According to the conceptual and theoretical framework, in a global economy any competitive strategy must have underlying quality(ies). These understood as the capacity to satisfy the market considered as a whole of the main types of agents at the different levels of Algarve citrus system. So, the main object of this work is to identify eventual (technical and institutional) malfunctions concerning the Algarve citrus system, that can fail either directly or indirectly to meet the principal clients/consumers' expectations.

The study focus on the analysis of the general context where the Algarve citrus culture is inserted, under the socio-cultural, political-legal and economic point of view. The aim is to identify the constraints faced by the sector in order to understand the main clients, suppliers and competitors behaviours, being this part what we consider as the present thesis core.

The results have allowed us to characterize the quality attributes considered as determinants when citrus are acquired, namely the Algarve citrus, by the national consumers as well as by the main distribution channels, in case they are presented in the market as differentiated or undifferentiated.

The facts identified in the empirical research indicate that limitations of technical and institutional order can make unfeasible or strongly condition the capacity of the Algarve citrus culture (production subsystem, the chain's first link) to meet the market requirements.

The conclusions reached for the development of the Algarve citrus culture, were based on Hayami and Ruttan's "induced technical and institutional innovation" theory (1998). We think we have given a contribution towards the definition of strategies for the Algarve citrus culture development, bearing in mind both the market and the available resources.

Keywords: competitiveness; strategy; quality(ies); IGP – "Algarve's Citrus", technical and institutional innovation; citrus system.

1. INTRODUÇÃO

A região do Algarve caracteriza-se por ter condições edafoclimáticas favoráveis ao desenvolvimento da citricultura, o que tem desde há muito propiciado a expansão da área desta cultura.

Os citrinos no Algarve ocupavam, nos anos 70 do séc.XX, uma área de cerca de 3.300 hectares, distribuídos por pouco mais de 2.300 explorações agrícolas, as quais representavam, respectivamente, 28% e 17% da superfície citrícola e do número de explorações com citrinos no Continente. Mais recentemente, segundo o Recenseamento Geral Agrícola de 1999¹, a área citrícola algarvia era superior a 15.000 hectares e repartida por cerca de 10.000 explorações, correspondendo a 65% da área e 66% do número de explorações citrícolas do Continente, evidenciando assim, a expressão que a citricultura algarvia tem assumido em relação ao total do Continente.

Em 1999, a área de 15.124 hectares de citrinos no Algarve, referida anteriormente, correspondia a 27% da área das culturas permanentes e 15% da SAU (Superfície Agrícola Utilizada) do Algarve, e distribuía-se, com maior ou menor peso, por 57% das explorações do Algarve e por todos os concelhos (Quadro A.1).

A estas explorações, estava associada a maior parte (55%) da População Agrícola do Algarve² evidenciando-se também como uma fonte de emprego importante na

¹ Fonte: INE, RGA99.

² População Agrícola do Algarve – 47.972 (INE, RGA99).

região, não só pela mão-de-obra familiar que aí trabalha como pelos empregos que proporciona. Podemos referir que, 83% dos indivíduos que residiam nestas explorações também nelas trabalhavam, ainda que nem sempre a tempo inteiro e a mão-de-obra não familiar, permanente e eventual, correspondia a 3.506 UTA (INE, RGA99).

Do ponto de vista económico podemos referir que, em 1999, esta actividade dava um contributo de 38% para o Produto Final Agrícola da Região, importância que tem vindo a aumentar ao longo dos anos, contrariamente ao que se tem verificado com outros produtos tradicionais da região, como por exemplo a alfarroba e a amêndoa (Quadros A.2 e A.3).

Trata-se de uma actividade com peso económico e social, traduzindo uma ocupação do território bastante importante no Algarve.

Apesar de no período de 1989 a 1999, se ter verificado uma redução notável no número de explorações com citrinos³, constatou-se um aumento de cerca de 350ha na superfície utilizada por citrinos no Algarve. Os concelhos que se destacaram com aumentos consideráveis foram Silves, Olhão e Faro.

Neste período assistiu-se a uma concentração da área citrícola algarvia nos concelhos de Albufeira, Faro, Loulé, Olhão, S. Brás do Alportel, Silves e Tavira,

³ Cerca de duas mil explorações, em quase todos os concelhos do Algarve (Quadro A.4)

que no conjunto viram o seu domínio de área citrícola passar de 85%, em 1989, para 90%, em 1999.

Nestes concelhos, verificou-se um aumento da área média citrícola por exploração, bem como um aumento na percentagem da área de citrinos relativamente à área de culturas permanentes e à superfície agrícola utilizada nestes concelhos.

Estes dados denotam que, perante a crise que os frutos secos têm vindo a atravessar, muitos agricultores dispondo de capacidade tecnológica e financeira para a reconversão ao regadio, investiram nesta cultura, tentando tirar partido das condições edafo-climáticas favoráveis de que o Algarve dispõe.

Este processo desenvolveu-se essencialmente em mercado fechado, com bons níveis de preços e sem problemas de competitividade. Os dados de 2002 do IPAF (Inquérito às Plantações de Árvores de Frutos) confirmam-nos que, em 2002, 64% dos citrinos existentes foram plantados antes de 1992, ainda quando se podia considerar mercado fechado (Quadro A.5 e Figura A.1).

Actualmente, a situação é muito diferente da outrora existente. Passou-se de uma economia marcadamente proteccionista para uma economia de mercado concorrencial. A competição é grande e aparentemente não foram encontradas soluções que permitam uma melhor valorização da produção regional.

Desde 1995 tem-se vindo a assistir a uma diminuição dos preços médios dos citrinos ao produtor, e a aumentos nos factores de produção e nos bens de investimento (Quadros A.6 e A.7 e Figura A.4).

Face às sucessivas alterações dos mercados ocorridas nos últimos anos, quer por parte da oferta como da procura, a citricultura algarvia não tem sido capaz de responder de forma adequada a esta realidade e por isso, tem-se vindo a deparar com problemas no escoamento devido a importações crescentes tanto de citrinos como de frutos seus substitutos, designadamente provenientes de Espanha, que como é conhecido detém capacidade de resposta, quer quanto a logística, quer quanto a outras exigências que o novo tipo de procura impõe.

Assim, sendo indesmentível que o Algarve possui excelentes condições edafoclimáticas para a produção de citrinos, não é menos verdade que a situação que respondeu no passado, baseada num quadro de protecção, com preços elevados, baixas preocupações de qualidade e nula ou deficiente organização comercial dos produtores, já não responde aos problemas do presente e muito menos certamente responderá aos do futuro.

Considera-se que o futuro da actividade citrícola no Algarve será função da capacidade de reacção e de resposta perante os desafios que hoje se lhe apresentam e que têm a ver essencialmente com a globalização dos mercados, com as consequentes alterações do comportamento da procura, as crescentes preocupações com o ambiente e com as exigências dos consumidores quanto à qualidade do produto e à sua segurança alimentar.

Entendeu-se pertinente esta investigação devido ao facto de se tratar de uma actividade que assumiu uma importância considerável do ponto de vista sócio-económico e de ocupação do território na região do Algarve, devido não só às condições edafoclimáticas favoráveis que aí encontrou para o seu desenvolvimento, como também devido à implementação de tecnologias e de apoios institucionais (investigação, medidas de política, financiamento). Por isso, e tendo conhecimento que esta actividade se desenvolveu, essencialmente, numa situação de mercado fechado, sem problemas de competitividade mas que, na situação actual, se depara com os problemas que estão subjacentes a um mercado aberto, em que a competição é grande e em que é o mercado que condiciona a produção e a sua rendibilidade, considerámos, por isso, que faltam estratégias adequadas para permitir à actividade citrícola algarvia exprimir o seu valor sócio-económico potencial.

Considerou-se que, as inovações técnicas e institucionais constituirão os elementos chave da transformação da citricultura, pois poderão servir para criar novos modos de produção adaptados às evoluções dos mercados. É nosso entendimento que inovações técnicas e institucionais viáveis e adaptáveis ao ambiente sectorial poderão assegurar o desenvolvimento da citricultura.

A nossa tese pressupõe, por isso, que serão necessárias políticas de qualidade(s) para induzir competitividade à citricultura algarvia. “O princípio fundamental que está na base de toda a política da qualidade é o de reconhecer um papel primordial ao mercado na determinação da qualidade dos produtos” (Previdi, 1994: 347).

Assim, com este estudo pretende-se entender o funcionamento do sistema citrícola algarvio, e identificar algumas disfunções relativamente a políticas em vigor, avançando explicações que, na nossa opinião, contribuíram para que as mesmas ocorressem.

1.1 - Organização da Investigação

Este trabalho encontra-se estruturado em seis capítulos:

Neste primeiro capítulo apresenta-se uma síntese da problemática com que se depara actualmente a citricultura algarvia.

O segundo capítulo é de natureza teórica e faz uma síntese do entendimento que diferentes autores têm sobre os conceitos de “estratégia”, “competitividade” e “qualidade(s)”, bem como de “sistema produtivo”, sistema agro-industrial, organização sobre a qual incidirá o nosso estudo. Apresenta-se como referência teórica da nossa tese a “teoria da inovação técnica e institucional induzida” de Hayami e Ruttan (1998). Tendo em conta o enquadramento conceptual e teórico exposto, concluímos que, subjacente a qualquer estratégia que tenha em vista a competitividade, deve ter-se como referência a capacidade de dar resposta ao mercado. Enfim, subjacente a qualquer estratégia (competitiva) devem existir também políticas de qualidade.

O terceiro capítulo faz a descrição da metodologia adoptada com vista a procurar obter o conhecimento que permita a resposta aos objectivos desta tese, assim como a comprovação do seu argumento central e das hipóteses que procuram a sua operacionalidade.

No capítulo quarto faz-se uma síntese do enquadramento geral da citricultura, designadamente da contextualização do sistema citrícola algarvio, do ponto de vista sócio-cultural, político-legal e económico com vista a perceber as principais condições e dependências a que o sistema citrícola está sujeito devido não só ao

facto de Portugal integrar a União Europeia, como também por se assistir a uma globalização económica crescente. Salienta-se, também, o papel da União Europeia (UE), designadamente da PAC e da OMC, como factores impulsionadores do interesse do poder político pelas questões da qualidade dos citrinos e argumenta-se o papel fundamental da “qualidade” no futuro da PAC bem como a natureza multifuncional que é hoje reconhecida à agricultura no contexto da sociedade entendida globalmente.

O capítulo 5, o cerne da nossa tese, procura explicitar o modo como os diferentes agentes, bem como as instituições que interagem no sistema citrícola algarvio têm incorporado as necessidades e preocupações sociais relativas à(s) qualidade(s)⁴.

Assim, tendo-se identificado no capítulo 4, o Mercado Nacional, como principal mercado dos citrinos do Algarve para consumo em fresco, o ponto 1 do capítulo 5 procurou compreender a definição de qualidade⁵ para os consumidores nacionais, se os citrinos do Algarve competirem neste mercado de forma indiferenciada ou diferenciada.

O ponto 2 deste capítulo é dedicado à compreensão de como se processa e para onde se dirige a comercialização dos citrinos do Algarve. Inclui a tipologia dos agentes que procedem à primeira transacção dos citrinos do Algarve, após a preparação e normalização destes para a comercialização, as formas de aquisição

⁴ Entendendo-se qualidade(s) como questões do mercado.

⁵ Principais critérios que tomam em consideração quando da aquisição de citrinos.

dos citrinos do Algarve por estes agentes e o tipo de apoio técnico proporcionado por estes agentes de comercialização aos seus fornecedores. Foram analisados também, os tipos de investimento levados a cabo pelos agentes de comercialização nos últimos anos, bem como a adequação das centrais fruteiras destes agentes às imposições institucionais em vigor. Posteriormente, identificaram-se os canais de distribuição, com mais peso económico e social, dos citrinos do Algarve para consumo em fresco.

No ponto 3 procedeu-se à identificação dos critérios de compra mais valorizados pelos diferentes canais de distribuição, dedicando uma atenção especial aos canais de distribuição que se evidenciaram com mais peso económico e social.

No ponto 4 fez-se a análise do enquadramento técnico e/ou institucional disponível para a citricultura (subsistema de produção que está na base do subsistema agro-industrial) algarvia, com vista a dar resposta a um dos principais atributos de qualidade mais valorizados pelos consumidores nacionais e pela maioria dos canais de distribuição.

O ponto 5 deste capítulo é dedicado à análise da Indicação Geográfica Protegida (IGP), “citrinos do Algarve”, que foi criada em 1996, tendo em vista afirmar comercialmente os citrinos algarvios, defendendo os consumidores através de uma garantia de genuinidade e valorizando a produção. Essa hipótese de diferenciação do produto (considerada como política de qualidade pela Comunidade Europeia) não tem tido o êxito esperado.

No ponto 6 faz-se a análise do Centro Tecnológico de Citricultura, estrutura vocacionada para apoiar o sistema citrícola, designadamente através de transferência de tecnologias, tendo em vista a modernização e o aumento de competitividade deste.

No sexto capítulo sintetizam-se as conclusões consideradas mais importantes sobre a conjuntura económica com que os citrinos do Algarve se deparam e sobre as características do sistema citrícola algarvio, relativas designadamente à sua estrutura e funcionamento. Estes factos, permitem concluir que algumas inovações técnicas e institucionais, nomeadamente a Protecção Integrada e a IGP-Citrinos do Algarve, foram adoptadas de forma exógena, não tendo em conta a realidade da citricultura Algarvia. Termina-se, fazendo algumas sugestões sobre, a forma como as técnicas e as instituições, em particular o renascimento do Centro Tecnológico de Citricultura, deverão ser concebidas tendo em vista ultrapassar alguns dos estrangulamentos identificados ao desenvolvimento da citricultura.

2. ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL E TEÓRICO

2.1 - Parâmetros Conceptuais

2.1.1 – Estratégia

Como referem Mintzberg e Quinn (1998), não existe uma definição de estratégia universalmente aceite.

A estratégia, no âmbito militar, remonta aos gregos. *Strategos*⁶ referia-se, inicialmente a um general no comando de um exército. Posteriormente, passou a significar a “arte do general”, ou seja, as habilidades psicológicas e comportamentais com as quais exercia o seu papel. No tempo de Péricles (450 a.C.), passou a significar habilidades gerenciais (administração, liderança, oratória, poder). E na época de Alexandre (330 a.C.) referia-se à habilidade de empregar forças para dominar a oposição e criar um sistema unificado de governação global (Mintzberg e Quinn, 1998: 20).

Quinn, no seu livro “Estratégias para a mudança”, dedica uma atenção especial aos usos militares do tema “estratégia” e retira daí um conjunto de dimensões essenciais, ou critérios para estratégias de sucesso.

Como se acabou de referir, estratégias no âmbito diplomático-militar existem desde os tempos pré históricos.

“Com poucas excepções, os princípios mais básicos de estratégia estavam em vigor e registados muito antes da era cristã. Instituições

⁶ A palavra grega *strategos* é constituída por *strato*, que significa exército e *ago* que significa dirigir.

mais modernas modificaram esses princípios e adaptaram-nos aos seus ambientes especiais” (Mintzberg e Quinn, 1998: 22).

A análise de estratégias diplomático-militares proporcionou alguns conhecimentos interessantes para as estratégias actuais.

As estratégias contêm três elementos essenciais: as metas (ou objectivos) mais importantes que se pretendem atingir; as políticas mais significativas que orientam ou limitam as acções; e as principais providências, sequências ou programas que se devem levar a cabo para atingir as metas definidas, dentro dos limites estabelecidos.

Mintzberg e Quinn (1998) referem que, estratégia, quer seja no âmbito diplomático-militar ou não, consiste em construir uma postura forte (e potencialmente flexível) de forma que a organização possa alcançar as suas metas, apesar das maneiras imprevisíveis com que as forças externas possam interagir.

“Estratégia é o padrão ou plano que integra as principais metas⁷, políticas⁸ e sequências de acções⁹ de uma organização num todo

⁷ As Metas (ou objectivos) ditam quais os resultados e quando precisam ser alcançados, mas não dizem como devem ser conseguidos.

⁸ As Políticas são regras ou directrizes que expressam os limites dentro dos quais a acção deve ocorrer. Tal como os objectivos, as políticas existem hierarquicamente para toda a extensão da organização.

⁹ São os Programas que estabelecem a sequência passo a passo das acções necessárias para se atingir os principais objectivos. Os Programas expressam como os objectivos serão alcançados dentro dos limites estabelecidos pela política e asseguram que os recursos estão comprometidos para atingir as metas.

Decisões estratégicas são aquelas que determinam a direcção geral dum empreendimento e, em última análise, sua viabilidade à luz do previsível e do imprevisível, assim como as mudanças desconhecidas que possam ocorrer nos ambientes mais importantes.

coerente. Uma estratégia bem formulada ajuda a ordenar e a afectar os recursos de uma organização para uma postura singular e viável, com base nas suas competências e deficiências internas relativas” (Mintzberg e Quinn, 1998: 20).

A palavra estratégia aparece definida, no Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa, como “um conjunto de acções consideradas como meios importantes para a consecução de alguma coisa” (vol I, pp:1593).

Mintzberg, em “os 5 Ps da Estratégia”, refere que a palavra estratégia tem sido usada implicitamente de várias maneiras, como plano, como pretexto, como padrão, como posição e como perspectiva. Refere também que, embora existam vários relacionamentos entre as várias definições, nenhum relacionamento isolado nem qualquer definição única, no que diz respeito ao assunto, assume precedência sobre os demais.

Essas definições competem (no sentido de que se podem substituir-se) mas também se complementam. Cada definição acrescenta elementos importantes à nossa compreensão de estratégia.

Por isso, esse autor evidencia que:

A estratégia, como plano, trata de como os líderes tentam estabelecer orientações para as organizações, para direccioná-las em determinados modos de actuação.

A estratégia, como pretexto, leva-nos para o ambiente da concorrência directa, no qual ameaças, estratagemas e uma série de outras manobras são usadas para obter vantagens.

A estratégia, como padrão, centra-se na acção. Como padrão, esta também introduz a ideia de convergência e realização de estabilidade, no comportamento de uma organização (Mintzberg e Quinn, 1998).

Como posição, a estratégia leva a visualizar as organizações no seu ambiente competitivo, como encontram as suas posições e como se protegem a fim de enfrentar a concorrência, evitá-la ou subvertê-la.

Finalmente a estratégia, como perspectiva, levanta questões sobre intenções e comportamentos no contexto colectivo.

Desta forma, a estratégia não é apenas uma ideia de como lidar com um inimigo num ambiente de concorrência ou de mercado, como é tratada em grande parte da literatura e no seu uso popular.

Montgomery e Porter (1998) referem que Henderson, que foi um dos pioneiros no campo da estratégia, enquadra a questão da estratégia como uma luta contínua para afastar uma empresa das suas rivais.

A estratégia existe para planear a evolução de uma empresa (Henderson, 1989:5).

“Estratégia é a busca deliberada de um plano de acção para desenvolver e ajustar a vantagem competitiva de uma empresa. Para

qualquer empresa, a busca é um processo interactivo que começa com o reconhecimento de quem somos e do que temos nesse momento” (Henderson, 1989:5).

Os estrategas, ao desejarem posicionar a sua empresa para enfrentar o ambiente da melhor forma possível ou influenciar esse mesmo ambiente a favor de sua empresa, devem apreender o que o faz evoluir (Porter, 1979).

A estratégia pode ser vista como a construção de defesas contra forças competitivas ou a descoberta de posições no sector onde essas forças sejam mais fracas (Porter, 1979).

Segundo Ohmae, a estratégia tem subjacente a criação de valor para os clientes. Ela também deve evitar a competição, sempre que possível pois a estratégia mais inteligente na guerra é aquela que lhe permite atingir seus objectivos sem ter que lutar (Ohmae, 1988).

“Encontrar estratégias eficazes orientadas para o cliente tem especial urgência para as empresas” (Ohmae, 1988: 69).

Além disso, estratégia significa controlo. Como foi referido, os gregos antigos utilizavam-na para descrever a arte de um general (Mintzberg, 1987).

Mintzberg refere também que, “embora estratégia seja uma palavra usualmente associada ao futuro, a sua ligação com o passado não deixa de ser menos importante”, pois “a vida é vivida para a frente mas entendida para trás” e “os gestores devem viver suas estratégias

no futuro, mas devem compreendê-las baseando-se no passado”
(Mintzberg, 1987: 436).

Quando se questiona alguém sobre o significado da palavra estratégia, as definições giram em torno de “um tipo de plano ou guia claro como referência para comportamentos futuros”. Perguntando a essa mesma pessoa que estratégias um concorrente, o governo ou ela própria tem procurado é provável que responda coerência com comportamentos passados, um padrão em acção ao longo dos anos.

Mintzberg acrescenta que, “Estratégia é efectivamente uma dessas palavras que as pessoas definem de um jeito e usam de forma diferente, sem perceber a diferença”
(Mintzberg, 1987: 421).

As estratégias normalmente existem em qualquer organização, a vários níveis. Normalmente, a diferença entre estratégia e táctica é básica e depende da escala de acção ou da perspectiva do líder. O que aparenta ser táctica para o executivo principal (ou general) pode ser “estratégia” para o director de marketing (ou tenente).

2.1.1.1 - Estratégias nas Organizações

Define-se organização como um grupo de pessoas que partilham afinidades e por isso desenvolvem uma acção colectiva na busca de uma missão comum. A estratégia, como perspectiva, levanta a questão de como as intenções se difundem através de um grupo de pessoas para se tornar compartilhada como normas e valores, e como os padrões de comportamento se tornam profundamente integrados no grupo.

As estratégias tornam-se organizacionais quando adquirem uma abrangência colectiva, ou seja, quando proliferam de forma a guiar o comportamento da organização em geral (Mintzberg, 1987).

“As organizações buscam estratégias para estabelecer uma direcção, definir cursos de acção e para obter a cooperação dos seus membros em torno de directrizes comuns e estabelecidas. Qualquer que seja a definição, uma estratégia impõe estabilidade sobre a organização. A falta de estabilidade significa falta de estratégia” (Mintzberg, 1987: 428).

“As organizações devem compreender o passado se pretendem gerir o futuro. Sómente através do conhecimento dos padrões que fazem parte dos seus comportamentos serão capazes de conhecer as suas capacidades e potenciais. Assim, a criação de uma estratégia requer uma síntese natural do futuro, do presente e do passado” (Mintzberg, 1987: 436).

Mintzberg considera “estratégia guarda - chuva” aquela que define directrizes abrangentes e deixa a decisão do tipo de produtos específicos que se devem fabricar aos que ocupam níveis mais baixos na organização (Mintzberg, 1987).

Para Andrews (1980) “estratégia corporativa significa o padrão de propósitos e metas – e as principais políticas para atingir essas metas – que definem o negócio ou os negócios com os quais as empresas estão envolvidas” (Andrews, 1980: 470).

Deriva de uma percepção das oportunidades de mercado, presentes e futuras, de uma competência distinta, de uma vantagem competitiva, de recursos disponíveis e das aspirações e valores pessoais. Uma estratégia corporativa concilia o que uma

empresa pode fazer em termos das oportunidades presentes, o que ela pode fazer em termos das suas forças, o que a sua gerência quer fazer e aquilo que ela considera ético, legal e moral.

Este conceito de estratégia envolve propósitos económicos, sociais e pessoais - e não apenas financeiros. Embora evolua com o desenvolvimento do mercado, os pontos fortes da empresa e os valores institucionais, a estratégia corporativa assinala uma direcção deliberadamente escolhida, que deve orientar as decisões de investimento, a estrutura das organizações, o sistema de incentivos e o próprio carácter essencial da empresa (Andrews, 1980).

Esta exige que os gestores coloquem as suas agendas discordantes na mesma mesa e olhem para além das oportunidades imediatas, em direcção ao crescimento a longo prazo e ao desenvolvimento.

“A estratégia corporativa exige que as empresas examinem cuidadosamente as exigências silenciosas do futuro e suprimam o clamor do presente”(Andrews, 1980: 471).

2.1.1.2 - O processo de formulação de estratégias

As Organizações, para atingirem os objectivos que se propõem, formulam e implementam as suas estratégias, o que, em última análise, se traduz no conjunto de acções envolvendo a globalidade dos recursos disponíveis que se tornam mais adequados para esse efeito. As estratégias desdobram-se em planos que traduzem, não só o que deve ser feito, mas também como deverá ser feito.

Os planos estratégicos traduzem-se em políticas, isto é, em linhas de orientação com carácter geral, que, por sua vez, dão origem a determinações mais pormenorizadas, as regras, guias de acção detalhadas que definem a forma de actuar em casos concretos.

As regras e os procedimentos cumprem-se por meio de acções levadas a cabo nos diferentes níveis e locais pela generalidade das pessoas nas suas diferentes tarefas, as quais resultam no produto.

Na medida em que a estratégia determina a orientação geral e o objectivo da organização, a formulação não pode ser encarada como uma mera geração e alinhamento de programas para atingir metas predeterminadas (Mintzberg e Quinn, 1998).

A formulação de uma estratégia envolve a justaposição dos pontos fortes e fracos da empresa e das oportunidades e ameaças apresentadas pelo ambiente (Montgomery e Porter, 1998).

O ambiente das empresas, também chamado envolvente ou contexto, costuma dividir-se em ambiente geral e ambiente específico ou sectorial.

O ambiente geral é o conjunto amplo e complexo de condições e factores externos que envolve e influencia difusamente todas as empresas e é constituído por variáveis políticas, económicas, legais, sociais, tecnológicas, demográficas, ecológicas, etc. O ambiente específico ou sectorial envolve os condicionalismos

que têm a ver com a estrutura e o comportamento dos fornecedores, clientes e concorrentes das empresas.

Qualquer que seja o tipo de ambiente em que as empresas actuam - doméstico ou global – terão sempre de utilizar os seus recursos de forma eficiente, produzindo bens e serviços que satisfaçam da melhor maneira as necessidades dos consumidores.

”O conhecimento das condicionantes do ambiente específico de cada sector e das suas alterações é crucial” (Teixeira, 1998: 26).

Embora cada situação estratégica seja única, existem alguns critérios comuns que tendem a definir uma boa estratégia.

Mintzberg e Quinn referem, de entre outros, como critérios para uma boa estratégia, a sua clareza, o seu impacto motivador, a consistência, a compatibilidade com o ambiente, a adequação aos recursos disponíveis, o grau de risco e a praticabilidade.

Michael Porter, no seu artigo *Como as Forças Competitivas Moldam a Estratégia* aconselha os gestores a:

“examinar o ambiente económico da empresa, determinar as características essenciais do sector, observar o seu desenvolvimento e tendências e avaliar os riscos e as oportunidades futuras para empresas dispostas de diferentes recursos e competências” (Montgomery e Porter, 1998: XV).

Refere também que: “é incontestável que a análise do sector deva desempenhar um papel vital na formulação de estratégias” (Montgomery e Porter, 1998: XV).

Ohmae (1988), ao considerar que estratégia é criar valor para os clientes, sugere que “os gestores devem olhar demoradamente para o cliente e para o produto” e, se quiserem criar valor para os clientes, terão que encontrar maneiras de agregar valor ao produto de que dispõem (Montgomery e Porter, 1998).

Estratégia não significa derrotar a concorrência, mas antes não ser derrotado pela concorrência. Significa entender as necessidades do cliente e, então, repensar o produto. O objectivo é desenvolver o produto correcto para dar resposta àquelas necessidades - não apenas uma versão melhorada dos produtos dos concorrentes.

A estratégia significa voltar-se para um profundo conhecimento do que significa o produto para o cliente (Montgomery e Porter, 1998).

Como etapas importantes duma estratégia há que: observar com olhos diferentes o produto e ver quais as oportunidades de criar valor para o cliente. Enfim, deve-se olhar de perto as exigências do cliente e pensar a fundo sobre o produto.

Contudo, ultimamente têm sido negligenciadas ou ignoradas, pois muitos gestores distanciaram-se do que a estratégia realmente significa: “entender as necessidades dos clientes” (Montgomery e Porter, 1998).

Normalmente, quando se fala de estratégia, a base de tudo é a razão e o controlo racional. Pela análise sistemática de concorrentes e mercados e pela definição dos

pontos fortes e fracos das empresas, produzir-se-ão estratégias claras (Montgomery e Porter, 1998).

Praticamente, tudo o que tem sido escrito sobre formulação de estratégia, descreve-a como um processo reflectido¹⁰. Pensamos e depois agimos. Formulamos e depois implementamos. A progressão parece fazer bastante sentido (Mintzberg, 1987).

Alguns vendedores podem actuar modificando produtos para atender às necessidades dos clientes, convencendo os melhores profissionais a produzi-los. Eles buscam as suas próprias estratégias.

A estratégia dum vendedor pode ser aproveitada pelo sistema e tornar-se organizacional (Mintzberg, 1987).

Pode ser mais inteligente permitir que as estratégias se desenvolvam gradualmente, através das acções e experiências da organização. Estratégias inteligentes reconhecem que nem sempre conseguem ser suficientemente capazes de antecipar tudo o que está para vir (Mintzberg, 1987).

A ideia de que uma estratégia deva ser formulada por pessoas em posição de destaque numa empresa é uma das grandes falácias da gestão estratégica

¹⁰ Por exemplo “na sua área de actuação um vendedor visita o seu cliente. O produto não é exactamente adequado e então, juntos, criam algumas modificações. O vendedor retorna à sua empresa e introduz essas modificações. Após duas ou três tentativas, finalmente chegam a um acordo. Surge um novo produto, que dará origem a um novo mercado. A empresa mudou o curso da estratégia” (Mintzberg, 1987: 423).

convencional. Isso explica um grande número de falhas drásticas ocorridas nos negócios e nas políticas governamentais hoje em dia (Mintzberg, 1987).

Quando os objectivos duma organização assentam num acordo envolvendo a maioria das pessoas que constituem a organização, daí resultam significativas vantagens que fazem com que as coisas aconteçam, isto é, reforçam a pro-actividade que deve existir em todo o tipo de planeamento. Este tipo de actuação contribui também para melhorar as comunicações na medida em que evidencia a necessidade das pessoas, que pertencem a departamentos diferentes e/ou se situam em diferentes níveis, comunicarem umas com as outras emitindo opiniões, fornecendo e recebendo informações.

Fazendo apelo à colaboração, pela necessidade do envolvimento e da audição das pessoas, este processo contribui para um aumento da motivação, dando assim origem a comportamentos mais participativos e colaborantes. A generalidade das pessoas sente satisfação e estímulo quando acha que também tem uma palavra a dizer para o futuro da sua área ou da sua empresa (Teixeira, 1998).

Nenhuma organização tem conhecimento suficiente para prever antecipadamente tudo o que venha a acontecer, para ignorar a aprendizagem ao longo do processo. Ninguém pode ser suficientemente flexível a ponto de deixar as coisas acontecerem ao acaso, abrindo mão do seu controlo. Uma arte requer controlo, tal como requer sensibilidade com os materiais utilizados (Mintzberg, 1987).

2.1.1.2.1 - Planeamento estratégico

O planeamento estratégico da organização consiste na definição do propósito global da organização. Os recursos devem ser distribuídos e deve dar-se resposta às seguintes questões: qual é o propósito global ou missão da organização; quais são as ideias e as filosofias de acção que a organização deseja que seus membros possuam; e como pode a organização fazer o melhor uso dos recursos disponíveis para satisfazer os seus propósitos (Teixeira, 1998).

O planeamento numa unidade estratégica de negócios implica dar resposta às seguintes questões:

- Que produtos se fornecem?
- Quem são os clientes?
- Como poderá concorrer melhor neste segmento de produtos?
- Como pode a unidade agir em conformidade com as ideias e com a filosofia da organização e apoiar o seu propósito final e global (missão)?

O planeamento estratégico, para ser levado à prática, precisa de ser implementado nos níveis de gestão intermédio e operacional onde as tarefas são executadas, dando origem aos planos táticos e operacionais.

O planeamento estratégico compreende a definição de objectivos e das vias de actuação para os atingir (Teixeira, 1998).

Dos três níveis de planeamento empresarial (estratégico, tático e operacional), o planeamento estratégico, envolvendo numa forma global toda a organização, reveste-se de particular importância, pois visa antecipar o futuro da empresa no longo prazo, envolvendo os recursos disponíveis. Afecta todas as actividades e é crucial para o sucesso da organização.

O planeamento estratégico começa com a definição da missão¹¹ que vai determinar os parâmetros de orientação dos esforços a despender para atingir os objectivos que se pretendem.

A segunda etapa do planeamento estratégico consiste na análise estratégica que inclui a análise do ambiente externo (análise externa) e a análise interna das empresas.

A análise interna das empresas, também chamada análise do ambiente interno, consiste na identificação dos aspectos mais importantes que caracterizam as empresas e lhes conferem uma situação de vantagem ou de desvantagem em relação aos seus concorrentes para a implementação de uma estratégia.

¹¹ Como refere Teixeira (1998) a missão traduz um vasto conceito de negócio que é essencialmente prosseguido. A sua definição começa com a resposta à pergunta, "qual é o negócio? O cliente é quem define o negócio. "quem é o nosso cliente? "A forma como esta pergunta é respondida determina, em grande medida, a forma como o negócio (a empresa) se define a si próprio. O consumidor é sempre um cliente, mas pode não ser o "nosso cliente". Perguntando-se o que fazer, quais os produtos, mercados ou tecnologias que interessam, cada um dos responsáveis nos diversos níveis tem a "sua resposta", a qual pode não ser a resposta da organização. Visão comum, entendimento comum, unidade de direcção e esforços de toda a organização requerem uma correcta definição de negócio.

Comparados os pontos fortes e fracos da empresa com a concorrência, a definição dos objectivos estratégicos deve ter em conta que estes devem ser tanto quanto possível estimulantes, traduzirem um desafio, mas sem deixarem de ser realistas e atingíveis. Quanto mais específicos forem os objectivos, com maior precisão e com termos mais definidos, pode-se então começar a delinear a estratégia. Definidas as linhas de orientação e estabelecidos os objectivos, há que formular a estratégia de forma clara e precisa de modo a ser perfeitamente entendida por todos os intervenientes, nomeadamente os que vão desempenhar um papel fundamental na sua execução.

A formulação da estratégia deve ser escrita e explicitamente comunicada o que constitui a última fase do planeamento estratégico. Então há que passar à acção e implementá-la.

2.1.1.2.1.1 - Análise Externa

Como foi dito anteriormente, a primeira fase da análise estratégica visa levar a cabo um diagnóstico externo, ou análise do ambiente, de modo a conhecer os aspectos externos ou conjunto de ameaças e/ou oportunidades que caracterizam a natureza do ambiente em que actua a empresa ou grupo de empresas.

Este conjunto de acontecimentos ou circunstâncias que ocorrem no ambiente e que podem influenciar o desenvolvimento da actividade das empresas é formado pelos factores ou variáveis exógenas, que, segundo a natureza e intensidade do impacte, representam as ameaças (impacte negativo) e oportunidades (impacte positivo) enfrentadas pelas empresas.

Por sua vez, dentro deste ambiente, pode-se distinguir um contexto mais amplo ou geral e outro mais próximo denominado específico ou sectorial.

O contexto Sectorial

A análise do ambiente mais próximo às empresas, o ambiente sectorial, e a análise dos recursos e capacidades das empresas são os elementos fundamentais da análise estratégica.

O objectivo da análise do ambiente sectorial é analisar os factores determinantes da rentabilidade das empresas que actuam no sector.

O conhecimento de como a estrutura sectorial influencia o comportamento competitivo, que, por sua vez, determina a rentabilidade, é fundamental para a formulação da estratégia empresarial por dois motivos principais. Em primeiro lugar, o conhecimento dos factores competitivos do sector permite evidenciar como se pode mudar a sua estrutura e o comportamento competitivo com a finalidade de aumentar a rentabilidade. Por outro lado, compreender o modo como as empresas funcionam, ajuda à identificação das ameaças e oportunidades e à exploração de vantagens competitivas no sector.

Do ponto de vista das empresas, o núcleo do seu ambiente específico ou sectorial é constituído pelos agentes económicos que participam nas suas relações comerciais, isto é, clientes, fornecedores e concorrentes. Estes são os elementos principais do ambiente. No entanto, isto não quer dizer que os factores do ambiente geral não sejam importantes para a análise estratégica. Estes factores podem ser determinantes para as oportunidades e ameaças que as empresas

possam enfrentar no futuro. Os factores do ambiente geral são importantes devido aos seus efeitos no ambiente sectorial da empresa pois afectam a procura, os custos e a sua posição competitiva.

2.1.1.2.1.2 – Análise Interna

A análise interna compreende o estudo dos aspectos internos de uma empresa ou grupo de empresas para determinar e validar as suas forças e debilidades. Este diagnóstico interno incide sobre as variáveis endógenas das empresas de modo a avaliar os recursos e as capacidades que estas detêm para competir.

*

*

*

É incontestável que a análise do sector deva desempenhar um papel vital na formulação de estratégias (Montgomery e Porter,1998).

Como refere Michael Porter (1979), a essência da formulação estratégica é lidar com a competição, por isso, o conhecimento das causas de pressão competitiva deve ser o trabalho preliminar para uma acção estratégica.

As forças mais competitivas, ou uma única força, determinam o lucro dum sector e, portanto, são da maior importância na formulação de estratégias (Montgomery e Porter, 1998)

2.1.2 - Competitividade

Muito se fala sobre a necessidade de se conseguir uma maior competitividade, pois só sendo mais competitivo se conseguirá obter sucesso, crescimento, etc.

Contudo, é de destacar a complexidade do assunto, visto que, quando se utiliza o termo competitividade, estamos envolvendo uma imensidão de variáveis que fazem com que seja necessário especificar o contexto no qual se está a trabalhar. Podemos estar a considerar competitividade entre empresas, em determinados sectores produtivos, num determinado país, entre países, a curto ou a longo prazo, etc. Enfim, a complexidade do assunto obriga-nos a definir objectivos, senão podemos incorrer no equívoco de utilizar o termo num sentido tão genérico que perde o seu significado ou importância.

Temos consciência de que há muita divergência na caracterização da competitividade e só os autores que abordam esta questão de maneira mais superficial não encontram dificuldades em caracterizá-la, pois os que a aprofundam percebem que é simples apenas superficialmente.

Por isso, neste contexto, sem pretendermos ser inovadores, consideraremos competitividade no caso das empresas como um processo que tem como causa a concorrência entre empresas e como fim a valorização do capital. Um dos meios utilizados para esse fim é a inovação tecnológica, nos produtos, nos processos ou na gestão, afectando os custos e a diferenciação do produto (Possas, 1993).

Assim sendo, competitividade tem uma relação muito próxima com a valorização dos recursos disponíveis e com inovação tecnológica e produtividade (afectada

pela inovação tecnológica), actuando no sentido de contribuir para o objectivo de aumentar a valorização do capital, através da redução de custos ou vantagens de diferenciação que permitam obter uma maior remuneração do capital.

Enfim, qualquer estratégia competitiva visa estabelecer uma posição lucrativa e sustentável face às forças da concorrência.

2.1.2.1 – Competitividade / inovação tecnológica

As empresas alcançam vantagens competitivas através de acções de inovação (em sentido amplo), que vão do uso de novas tecnologias até novos procedimentos. A inovação pode manifestar-se, designadamente, através dum novo projecto de produto, dum novo processo de produção, duma nova abordagem de marketing. Enfim, muita inovação é incremental dependendo mais da acumulação de pequenos avanços do que de uma mudança tecnológica radical. Como refere Porter(1990), as inovações envolvem frequentemente, investimentos em conhecimentos e aptidões, bem como recursos físicos e reputações marcantes. Algumas inovações criam vantagem competitiva por identificarem uma oportunidade de mercado ou atenderem a um segmento de mercado que os demais ignoraram.

Segundo o mesmo autor, a informação desempenha um papel importante no processo de inovação e melhoria tecnológica. Algumas vezes ela advém do simples investimento em investigação e desenvolvimento ou pesquisa de mercado. A inovação, para ter sucesso, requer geralmente pressão, necessidade e mesmo

adversidade, pois, como refere, “o temor da perda, frequentemente é mais poderoso que a esperança da vitória” (Porter, 1990:147).

Para inovar, as empresas devem ter acesso a pessoas com aptidões adequadas e terem sinais correctos dos condicionalismos da procura no mercado. Devem também, ter rivais activos que criem pressão para a inovação (Porter, 1990).

Os concorrentes acabarão por ultrapassar qualquer empresa que deixe de melhorar e inovar¹². A única maneira de sustentar uma vantagem competitiva é revitalizá-la permanentemente. As melhorias de processos deverão induzir melhor qualidade nos produtos e melhores taxas de satisfação dos clientes quando comparadas com as relativas aos seus concorrentes estrangeiros.

A tecnologia desempenha um papel importante na decisão de vantagens competitivas, tanto pela diferenciação como pelo custo. A mudança tecnológica pode influenciar a vantagem competitiva bem como a estrutura da actividade.

Para Possas (1993), a tecnologia afecta qualidade e preços, agindo indirectamente no processo de competitividade. Refere também que “parece cada vez mais latente, a competitividade associada principalmente à diferenciação dos produtos através da inovação tecnológica e não aos preços e custos”. Este autor destaca

¹² Algumas vezes, vantagens dos pioneiros, tais como relacionamentos com os clientes, economia de escala em tecnologias existentes, ou a lealdade dos canais de distribuição são o bastante para permitirem a uma empresa reter uma posição por muitos anos. Contudo, mais cedo ou mais tarde, rivais mais dinâmicos encontrarão uma forma de inovar contornando essas vantagens ou criarão uma forma melhor ou mais barata de fazer as coisas. (Porter, 1990).

que, tecnologia *per si* não constitui razão para aumento de competitividade a não ser que esta proporcione uma melhoria significativa na qualidade do produto, uma redução apreciável nos custos, ou que, através desta, se altere o paradigma tecnológico do sector, possibilitando uma vantagem comparativa que possa propiciar um benefício num determinado período.

2.1.2.2 - Competitividade / Globalização / Procura doméstica

Segundo Porter, poderia parecer lógico que a globalização, relativamente à procura, pudesse contribuir para uma diminuição da importância da procura doméstica. Porém, isso não acontece, pois a composição e o carácter do mercado doméstico podem influenciar decisivamente a forma como as empresas se apercebem, interpretam e respondem às necessidades dos compradores (Porter, 1990).

As empresas nacionais ganham vantagem competitiva se os compradores locais forem compradores bastante sofisticados e exigentes em relação ao produto ou aos serviços. Desta forma, ao pressionar as empresas para dar resposta a padrões elevados, induzem-nas à adopção de melhorias tecnológicas e inovações, visando segmentos mais avançados. Enfim, as condições da procura oferecem vantagens por forçarem as empresas a responder a grandes desafios. Com frequência, as exigências do mercado doméstico forçaram empresas a inovar, favorecendo o surgimento de produtos, que posteriormente conseguiram aceitação internacional (Porter, 1990).

Fornecedores e clientes finais localizados na proximidade podem tirar vantagem das linhas pouco extensas de comunicações, do rápido e constante fluxo de informação e de uma permanente troca de ideias e inovações. As empresas têm a oportunidade de influenciar os esforços técnicos dos seus fornecedores e podem servir como locais de testes para trabalhos de I&D, acelerando o ritmo da inovação. A interacção é vantajosa e auto estimulante, mas não ocorre automaticamente. Ela é auxiliada pela proximidade, mas só ocorre se empresas e fornecedores trabalharem com essa intenção (Porter, 1990).

2.1.2.3 - Vantagem Competitiva

“A vantagem competitiva surge, fundamentalmente, do valor que uma empresa tem condições de criar para os seus compradores” (Porter,1992:1). Ela pode surgir devido a preços comparativamente inferiores aos da concorrência, por benefícios equivalentes, ou pelo fornecimento de benefícios que compensam mais do que um preço baixo. As estratégias para conseguirem vantagens competitivas passam pelo controlo de custos, pela diferenciação e/ou pela segmentação. É importante compreender o modo como uma empresa (ou grupo de empresas) pode realmente criar e sustentar uma vantagem competitiva num sector e de que modo se podem implementar as estratégias.

Ainda Porter refere que, a vantagem competitiva resulta da presença de instituições que criam factores especializados e estão continuamente a trabalhar para mantê-los actualizados. A escolha do ambiente competitivo pode desempenhar uma função importante na determinação da vantagem competitiva (Porter, 1990).

Em qualquer actividade, as regras da concorrência estão englobadas em cinco forças competitivas, que são: o poder de negociação dos compradores; a entrada de novos concorrentes; a ameaça de substitutos; o poder de negociação dos fornecedores; e a rivalidade entre os concorrentes existentes. As cinco forças determinam a rentabilidade de qualquer empresa porque influenciam os preços, os custos e o investimento necessário das empresas.

O poder do comprador influencia os preços que as empresas podem cobrar, tal como acontece com a ameaça de substituição. O poder dos compradores também pode influenciar o custo e o investimento, porque compradores poderosos exigem serviços dispendiosos. A satisfação das necessidades dos compradores é a chave para o sucesso numa empresa comercial. A satisfação das necessidades dos compradores é um pré requisito para a viabilidade de uma actividade e das suas empresas, já que os compradores precisam de estar dispostos a pagar um preço pelo produto acima do seu custo de produção, ou a actividade não sobreviverá a longo prazo. O poder dos compradores determina até que ponto eles retêm grande parte do valor criado, deixando as empresas do sector apenas com modestos retornos.

A satisfação das necessidades dos compradores é importante para a rentabilidade da actividade, mas não é, só por si, suficiente. A questão crucial na determinação da rentabilidade é se as empresas podem captar parte do valor por elas criado para os compradores, ou se este valor é capitalizado por outros (Porter, 1992).

A ameaça de entrada de novas empresas para a actividade coloca um limite nos preços e leva a investimentos para deter novas entradas. A probabilidade de novas empresas entrarem para a actividade e conquistarem mercado determina que alguns benefícios sejam transferidos para os compradores na forma de preços mais baixos ou que se elevem os custos da concorrência.

Relativamente à ameaça de substitutos, esta determina até que ponto algum outro produto pode satisfazer as mesmas necessidades do comprador colocando, por isso, um tecto no montante que um comprador está disposto a pagar pelo produto de uma actividade.

O poder de negociação dos fornecedores determina os custos de matérias-primas e de outros factores bem como a capacidade destes se apropriarem de parte do valor criado para os compradores.

Por fim, a intensidade da rivalidade actua de modo semelhante à ameaça de entradas. Ela determina que empresas, que já estão na actividade, irão ter que passar valor para compradores na forma de preços mais baixos ou irão delapidá-lo por custos mais elevados de concorrência. A intensidade da rivalidade influencia os preços.

As 5 forças devem permitir que as empresas percebam a complexidade do ambiente em que se integram e apostem nos factores críticos para a concorrência na actividade. Esta metodologia permite identificar inovações estratégicas que melhorem a rentabilidade das empresas. Mesmo que as flutuações na oferta e na

procura a curto prazo possam afectar a rentabilidade, a estrutura da actividade é a base da rentabilidade a longo prazo.

Embora as empresas possam ter inúmeros pontos fortes e fracos, quando comparadas com os seus concorrentes, existem dois tipos básicos de vantagem competitiva que as empresas devem possuir, ou seja, baixo custo e/ou diferenciação.

Como refere Porter (1992), a importância de qualquer ponto forte ou ponto fraco numa empresa é, em última instância, função do impacto sobre o custo relativo ou a diferenciação. Por sua vez, a vantagem de custo e a diferenciação originam-se da estrutura da actividade e resultam da capacidade de uma empresa em lidar com as 5 forças, melhor do que os seus rivais.

As acções específicas necessárias à implementação de cada tipo de estratégia variam muito de actividade para actividade e existem diferentes estratégias viáveis numa actividade em particular. Essas acções são os caminhos lógicos para a vantagem competitiva, que devem ser investigados em qualquer actividade. A vantagem competitiva está no âmago de qualquer estratégia e para obtê-la é necessário fazer escolhas.

A origem da vantagem por custos varia e depende da estrutura da actividade. Pode incluir, entre outros factores, economias de escala, tecnologia patenteada e acesso preferencial a matérias-primas (Porter, 1992).

Um “líder em custo” não pode ignorar as bases de diferenciação, pois se o seu produto não é considerado comparável ao dos seus concorrentes nem aceitável pelos compradores, será forçado a reduzir os preços bastante abaixo dos da concorrência para ganhar vendas e, desta forma, pode vir a anular os benefícios da sua posição de custo favorável. Apesar de contar com essa liderança, para ter vantagem competitiva, o produto deve possuir semelhanças relativamente à diferenciação dos seus concorrentes para ser um competidor acima da média.

Pela diferenciação, as empresas seleccionam um ou mais atributos, que os clientes consideram importantes, posicionando-se para satisfazer essas necessidades. A diferenciação é normalmente recompensada por um preço prémio. Pode ser baseada no próprio produto, no sistema de entrega pelo qual ele é vendido, no método de marketing e numa grande variedade de outros factores.

“Uma empresa que pode obter e sustentar uma diferenciação será um competidor acima da média na sua actividade, se o preço prémio for superior aos custos extra a que ela fica sujeita” (Porter, 1992:12).

A lógica da diferenciação exige que as empresas escolham atributos em que se diferenciem, que sejam efectivamente distintos dos de seus concorrentes. Uma empresa deve ser verdadeiramente única em algo, ou ser considerada única para que possa esperar um preço prémio. Se existirem diferentes atributos muito valorizados pelos compradores, pode haver mais do que uma estratégia de diferenciação de sucesso numa actividade.

“A diferenciação resulta da especificidade real na criação de valor para o comprador e da capacidade em assinalar esse valor de modo que os compradores o percebam”(Porter, 1992:24).

“Um leque de escolhas alargado para o cliente reduz a propensão deste em aderir única ou maioritariamente às variáveis preço e promoção como critério de decisão de compra. A diferenciação de produtos tem um sucesso considerável quando é acompanhada de identificação de marca¹³ e reciprocamente” (Santos, 1993: 36).

Em suma, a identificação por marca e o alargamento do *mix* de produtos são factores que diminuem a rivalidade entre um produto. A identificação por marca, pode constituir um factor de sucesso quando esta é conotada com valores positivos ou, pelo contrário, ser um factor de insucesso, quando gera a repulsa do cliente devido à conotação com valores negativos.

A sustentabilidade das estratégias referidas exige que a vantagem competitiva da(s) empresa(s) resista à erosão pelo comportamento da concorrência (Porter, 1992). A sustentabilidade de uma estratégia exige que a(s) empresa(s) possuam algumas barreiras que dificultem a imitação da mesma. Cada estratégia implica exigências diferentes para o sucesso, que comumente se traduzem em diferenças na cultura e na estrutura organizacionais.

¹³ Uma marca bem identificada leva o cliente a uma de três posições: ou adere à marca e torna-se um cliente leal; ou repudia a marca e esta torna-se um factor de exclusão nas suas opções; ou é relativamente indiferente à marca e opta por outras variáveis, que geralmente são o preço e a promoção.

A diferenciação pode ser facilitada por uma cultura que estimule a inovação, a individualidade e o acto de assumir riscos, enquanto que a liderança pelos custos pode ser facilitada pela frugalidade, disciplina e atenção ao detalhe. A cultura, caso seja a apropriada, pode reforçar bastante a vantagem competitiva que uma estratégia visa alcançar. Não existe uma cultura boa ou ruim, a cultura é um meio para alcançar uma vantagem competitiva e não um fim em si mesmo (Porter, 1992).

2.1.2.3.1 – Competitividade / factores chave de sucesso

Qualquer vantagem competitiva, para o ser de facto, deve, pelo menos, ser real, ser percebida, ser sustentável e ser defensável (Santos, 1993).

A competitividade procura alcançar o domínio dos factores chave de sucesso da actividade, com o objectivo de conseguir vantagem competitiva.

“O aumento da concorrência tem levado ao esmagamento das margens através de persistente corte nos preços e/ou ao aumento de descontos de quantidade. Novos concorrentes, ao entrarem, irão ter um efeito imediato, diminuindo a procura disponível para os concorrentes instalados e, conseqüentemente, aumentam o nível de rivalidade. Há, por isso, que encontrar barreiras¹⁴ à entrada de novos concorrentes” (Santos, 1993: 48).

¹⁴ “As barreiras à entrada são constituídas por todos os factores e características que possam forçar o novo candidato a ter custos suplementares para poder entrar na actividade em situação competitiva, pelo menos igual à das empresas instaladas” (Santos, 1993: 48).

Em termos genéricos poderemos dizer que sempre que uma empresa consegue criar uma vantagem competitiva com base num factor crítico de sucesso, ela está a construir uma barreira à entrada, que pode ter a ver com economias de escala¹⁵, diferenciação dum produto e identificação através duma marca¹⁶, com necessidades de investimentos, com desvantagens nos custos independentemente de escala, com dificuldades de acesso aos canais de distribuição, com Políticas Governamentais, bem como com a existência de barreiras directamente ligadas às tecnologias utilizadas, geralmente relacionadas com preocupações ambientais. Um novo processo tecnológico, quer de produção, quer de comercialização pode transformar-se em barreiras de entrada.

2.1.2.4 - A diferenciação

A diferenciação, como foi dito anteriormente, é um dos tipos de vantagem competitiva de que uma empresa pode dispor. Esta diferencia-se da concorrência se puder ser especial em algo valioso para os compradores (Porter, 1992).

¹⁵ As economias de escala podem verifica-se na produção, na investigação e desenvolvimento, no marketing, na distribuição, na força das vendas, ou noutras áreas. Geralmente, o efeito das economias de escala estende-se pela globalidade das funções da empresa, não só pela diluição de custos fixos, mas igualmente pela experiência adquirida com a acumulação de actividade.

A decisão de entrada de um novo concorrente passará pela decisão de: entrar em larga escala, o que implica um investimento considerável e, portanto, agrava o risco de fortes custos de saída em caso de insucesso; ou entrar em desvantagem de custos e, portanto, tornar-se um alvo frágil perante a possível retaliação dos concorrentes instalados.

¹⁶ Os meios que permitem uma boa identidade da marca, podem ser a publicidade, o serviço a clientes, a diferenciação do produto. Todos estes meios utilizados durante anos trazem ao cliente segurança e certeza para aquilo que adquirem, o que significa que a mudança constitui um risco que dificilmente estão dispostos a correr.

Apesar da importância da diferenciação, as “origens” nem sempre são bem entendidas¹⁷. As empresas vêem a diferenciação em termos de práticas de marketing ou do produto físico e não consideram que a diferenciação se possa originar em qualquer parte da cadeia de valores. Mas, aparentemente, qualquer actividade constitui uma fonte em potencial de especificidade. A aquisição de matérias-primas e de outros factores pode afectar o desempenho do produto final e, portanto, levar à diferenciação.

Existem outros diferenciadores que podem criar especificidades através de outras actividades primárias, como, por exemplo, desenvolvimento de tecnologias, podendo resultar em projectos de produtos com desempenho singular, determinadas operações culturais que podem afectar formas de especificidade como a aparência do produto ou a conformidade com uma determinada especificação. Enfim, qualquer actividade na cadeia de valores pode dar uma contribuição com potencial para a diferenciação.

A diferenciação permite que a empresa receba um preço prémio, venda um maior volume do seu produto pelo mesmo preço ou obtenha benefícios como uma maior lealdade do comprador durante quedas cíclicas ou sazonais (Porter, 1992).

A diferenciação resulta em desempenho superior se o preço prémio alcançado ultrapassar qualquer custo adicionado para ser singular. Essa diferenciação pode

¹⁷ Em geral as empresas são diferentes mas não diferenciadas, pois buscam formas de singularidade (especificidade) que os compradores não valorizam.

agradar a um grupo amplo de compradores ou apenas a um subgrupo de compradores com necessidades particulares.

Actividades de valor que representam apenas uma pequena percentagem do custo total podem ter um grande impacto sobre a diferenciação.

2.1.2.4.1 - Indutores de diferenciação

Os meios para conseguir uma diferenciação variam para cada actividade e podem variar entre empresas na mesma actividade. Sem os identificar uma empresa não pode desenvolver meios para a criação de novas formas de diferenciação ou para diagnosticar o grau de sustentabilidade da diferenciação existente. “A compreensão daquilo que lhe permite ser especial garantirá que uma empresa não mine as causas e pode sugerir novas fontes de diferenciação” (Porter, 1992:118).

De entre os meios de se conseguir especificidade, Porter (1992) destaca as escolhas de políticas¹⁸, as ligações com fornecedores e com canais de distribuição que são explorados pelas empresas¹⁹. “A satisfação das necessidades dos compradores é o resultado da coordenação com os fornecedores e envolve a coordenação e optimização de actividades ligadas”²⁰ (Porter, 1992: 116). A oportunidade do momento em que uma empresa começa a executar uma

¹⁸ As empresas fazem escolhas de políticas relativamente às actividades a serem executadas e como executá-las.

¹⁹ As ligações podem resultar em singularidade se o modo como uma actividade é executada afecta o desempenho da outra.

²⁰ Por exemplo, investimento em actividades de investigação com vista a dar resposta às exigências dos compradores.

actividade pode resultar em especificidade²¹. A localização, a aprendizagem, as inter-relações, a integração, a escala bem como factores institucionais, podem funcionar como factores de singularidade

Alguns meios de diferenciação oferecem mais sustentabilidade do que outros. Por exemplo, pode ser mais fácil para a concorrência imitar escolhas de políticas do que singularidades decorrentes de inter relações.

2.1.2.4.2 - O Custo de diferenciação

Ao introduzir uma diferenciação, as empresas acrescentam custos. Geralmente, a diferenciação é dispendiosa. A diferenciação por meio de um maior número de características do produto provavelmente será mais dispendiosa do que a diferenciação através de menos características, porém, mais desejadas.

Contudo, por vezes, tornar uma actividade singular também pode reduzir o custo²². O custo da diferenciação reflecte os custos das actividades de valor em que a singularidade é baseada.

“Os custos desempenham um papel importante na determinação do sucesso da estratégia de diferenciação e têm importantes implicações competitivas” (Porter, 1992: 119).

²¹ Por exemplo, sendo a primeira a adoptar uma imagem do produto, pode evitar que outros o façam.

²² Por exemplo, a integração pode tornar uma actividade singular e reduzir o custo.

2.1.2.4.3 - Critérios de compra do comprador

O valor de um produto para o comprador decorre da identificação dos “critérios de compra do comprador”, isto é, os atributos específicos que criam valor real ou percebido para o comprador.

Estes critérios podem ser de dois tipos: critérios de uso e critérios de sinalização. Os critérios de uso são medidas específicas daquilo que cria valor para o comprador²³. Os critérios de sinalização são medidas de como os compradores percebem a presença de valor. Enquanto os primeiros costumam estar mais orientados para o produto, para a logística externa e para actividades de serviço de um fornecedor, os segundos, em geral, provêm de actividades de marketing.

O preço suplementar que uma empresa pode pedir será função da sua singularidade ao satisfazer os critérios de uso e de sinalização. O valor de um critério de sinalização advém deste contribuir para que o comprador perceba o valor criado a fim de satisfazer critérios de uso.

Os critérios de uso têm a sua origem nas ligações entre a cadeia de valores de uma empresa e a cadeia de valores do comprador (Porter, 1992). Os canais de distribuição podem contribuir para a diferenciação. Com os seus critérios de uso, os canais medem as fontes de valor nas suas negociações com uma empresa.

²³ Poderão incluir factores como qualidade do produto, características do produto, tempo de entrega, etc.

Os critérios de sinalização reflectem os sinais de valor que influenciam a percepção do comprador sobre a capacidade da empresa em satisfazer os critérios de uso. As actividades executadas por uma empresa, bem como outros atributos, podem ser critérios de sinalização. Estes são da maior importância quando os compradores encontram dificuldade em medir o desempenho de uma empresa ou de um produto. Em geral, os compradores precisam de uma garantia permanente de que tomaram uma boa decisão ao escolherem aquele produto. Por vezes precisam mesmo que os ajudem a avaliar até que ponto um produto satisfaz os seus critérios de uso.

Alguns critérios de sinalização estão associados a critérios de uso particulares, enquanto outros são sinais mais generalizados de que um fornecedor oferecerá valor ao comprador.

A publicidade pode enfatizar as características do produto, enquanto que a reputação para alguns compradores, pode significar que muitos dos seus critérios serão satisfeitos.

2.1.2.4.3.1 – Identificação de critérios de compra

O conhecimento das necessidades do comprador constitui uma fonte de critérios de uso.²⁴

²⁴ A análise dos critérios de compra do comprador deve incluir contactos com o mesmo.

Para compreender os critérios de compra do comprador, as empresas devem identificar a cadeia de valores daquele e realizar uma análise sistemática de todas as ligações existentes e em potencial entre a cadeia de valores de uma empresa e a cadeia do comprador. Este tipo de análise pode, não só revelar critérios de uso não reconhecidos, mas também mostrar como avaliar o peso relativo de critérios de uso bem conhecidos. Estes critérios de uso devem ser identificados com precisão para que possam ser importantes no desenvolvimento da estratégia de diferenciação. Sempre que possível, deve ser quantificado o bom desempenho na satisfação de cada critério de uso.

A determinação do valor para o comprador na satisfação de cada critério de uso irá permitir-lhe uma classificação por ordem de importância. Para alguns critérios de uso, uma empresa deve satisfazer apenas um valor limiar para atender à necessidade do comprador, enquanto para outros, um maior desempenho em relação a eles é sempre melhor (Porter, 1992).

Os critérios de sinalização podem ser identificados através da compreensão do processo utilizado pelo comprador para formar julgamentos sobre a aptidão potencial de uma empresa para satisfazer critérios de uso.

A análise do processo pelo qual o comprador compra, inclusivamente as fontes de informação consultadas, os procedimentos de inspecção, os testes realizados e as etapas para chegar à decisão, evidencia os sinais de valor do comprador (Porter, 1992).

Os critérios de uso devem ser identificados, em primeiro lugar porque medem as fontes de valor para o comprador e também, em geral, determinam critérios de sinalização. Uma série de métodos paralelos deve ser utilizada para identificar critérios de uso (Porter, 1992)

Os critérios de uso e de sinalização derivados do canal e do consumidor final devem ser separados, a fim de realçarem as diferentes entidades envolvidas e para esclarecer as acções necessárias para satisfazer cada critério.

Os critérios de uso, tanto para canais como para consumidores finais, podem ser divididos em factores que reduzem o custo do comprador e outros que elevam o desempenho deste para o comprador (Porter, 1992). Os critérios de uso podem ser, ainda, divididos entre aqueles cuja medida é fácil e aqueles que são difíceis de ser percebidos e/ou quantificados pelo comprador. Cada comprador individual, para o qual as empresas vendem, pode ter um conjunto diferente de critérios de uso e de sinalização ou pode classificá-los de formas diferentes.

A aglomeração de compradores em grupos, com base nas semelhanças dos seus critérios de compra, constitui uma base dos segmentos de compradores.

2.1.2.4.3.2 - Estratégia de diferenciação

Como foi referido anteriormente, a diferenciação provém da criação de um valor especial para o comprador. Pode resultar da satisfação de critérios de uso ou de sinalização.

A satisfação de alguns critérios de uso ou de sinalização, pressupõe o desempenho de diferentes actividades. A diferenciação resultará num desempenho superior se o valor percebido pelo comprador ultrapassar o custo de diferenciação.

A estratégia de diferenciação tem por objectivo criar o maior desfasamento entre valor criado para o comprador e o custo da singularidade na cadeia de valores de uma empresa.

O custo da diferenciação irá variar por actividade e as empresas devem escolher as actividades em que a contribuição para o valor para o comprador seja maior em relação ao custo. Isto pode significar a procura de fontes de diferenciação de baixo custo, bem como de algumas de alto custo mas com elevado valor para o comprador.

2.1.2.4.3.3 - A sustentabilidade da estratégia de diferenciação

A sustentabilidade é a componente final da estratégia de diferenciação. A diferenciação não resultará num preço superior a longo prazo se a sua origem não permanecer valiosa para o comprador ou se puder ser imitada pelos concorrentes. Por isso, uma empresa deve encontrar fontes duradouras de diferenciação, protegidas por barreiras contra imitações (Porter, 1992).

A partir da cadeia de valores do comprador, trabalhando para trás, as empresas deverão investigar formas de como reestruturar as actividades para satisfazer da melhor forma os critérios de compra.

A sustentabilidade da diferenciação de uma empresa frente aos concorrentes depende de suas origens. A diferenciação será mais sustentável se as fontes de singularidade envolverem barreiras²⁵, se a empresa contar com vantagem de custo na diferenciação e se as fontes de diferenciação forem múltiplas²⁶.

A diferenciação mais persuasiva provém de fontes de valor que o comprador pode perceber e medir ou de fontes de valor difíceis de medir mas que são muito bem sinalizadas.

Em geral, os critérios de compra do comprador e a sua classificação variam de um comprador para outro, criando segmentos de compradores. Se uma empresa não reconhece a existência destes segmentos, a sua estratégia pode não dar resposta às necessidades de qualquer comprador de um modo bastante adequado, tornando-a bastante vulnerável.

A existência de segmentos de compradores não significa que uma empresa deva escolher uma estratégia de enfoque, mas sim que ela deve basear a sua diferenciação em critérios de compra de ampla valorização.

²⁵ Actividades de sinalização como publicidade também podem ser sustentáveis porque envolvem barreiras. No entanto, a diferenciação baseada com demasiada intensidade em sinalização costuma estar vulnerável a uma maior sofisticação do comprador.

²⁶ Se as fontes de diferenciação são múltiplas, há uma maior dificuldade para imitar uma estratégia de diferenciação dependente de um grande número de fontes de especificidades.

Para Porter (1992), confunde-se frequentemente o conceito de qualidade e o de diferenciação. Embora a diferenciação envolva qualidade, ela constitui um conceito mais amplo. A qualidade normalmente está associada ao produto físico.

2.1.3 - Qualidade(s)

A evolução das economias contemporâneas, marcadas pela saturação dos mercados, faz da qualidade uma aposta de importância crescente para as empresas tanto ao nível da sua estratégia como da gestão interna. Ao nível estratégico, trata-se de elevar os níveis de qualidade, de diversificar os produtos, de seleccionar parceiros que correspondam às normas, de se distinguir da concorrência pela qualidade e serviços de marketing (Sylvander e Lassaut, 1994).

De acordo com Nefussi e Philipot (1995), as mudanças profundas do ambiente agro-alimentar requerem das empresas uma dupla faculdade, a de passar dum crescimento assente no aumento de volume para um crescimento assente numa valorização fundada numa qualidade diferenciada reconhecida.

Actualmente, a qualidade constitui o factor chave da grande maioria das empresas agro-alimentares com êxito comercial. Daí considerar-se ser a responsável máxima pelos níveis de vendas e benefícios. É importante, por isso, saber o que é a qualidade agro-alimentar, quais são as suas características mais relevantes e saber como se pode fazer a sua gestão de uma forma racional.

2.1.3.1 - Conceitos de qualidade

De acordo com Rivera Vilas (1995:13) “ainda que seja certo que a qualidade está na moda, especialmente no âmbito agro-alimentar, também é certo que esta constitui um conceito que, sendo aparentemente muito intuitivo, na prática é muito difícil ter uma definição adequada”.

De entre as muitas definições possíveis referiremos que:

De acordo com a norma Internacional ISO 9000:2000, a qualidade é “o conjunto de propriedades e características dum produto ou serviço que lhe conferem aptidão para satisfazer necessidades manifestadas ou implícitas dos utilizadores”.

A Real Academia Española define qualidade como “o conjunto de propriedades inerentes a uma coisa, que permitem apreciá-la como igual, melhor ou pior que as outras da mesma espécie”.

Mazzuz (1996) considera qualidade como “as características que determinam o valor de uma coisa, por parte do consumidor, estando esta de acordo com as normas legais”

Qualidade integra assim a capacidade de satisfazer as necessidades e expectativas dos clientes. Portanto, a qualidade dum produto é função da quantidade dos diferentes atributos de satisfação cobertos nas expectativas do cliente (Planells, 2003).

Qualidade de Conformidade, segundo refere Mazzuz (1996) significa que o produto ou serviço está de acordo com os requisitos do cliente, de acordo com as características do produto contidas nas suas especificações e conforme o caderno de encargos imposto por parte do cliente.

A concepção de qualidade evoluiu no tempo em simultâneo com a saturação de mercados, o aumento do poder de compra, a cultura e costumes do consumidor, bem como a transparência de informação.

Hoje em dia, quando se fala de qualidade, fala-se de qualidade do produto, qualidade dos processos produtivos, qualidade de confecção, qualidade do transporte e do abastecimento, garantia de respeito pelo bem-estar das pessoas e dos animais, segurança alimentar, possibilidade de demonstrar a correcta realização dos processos anteriores (rastreabilidade), informação ao consumidor.

Para Planells (2003), a qualidade tem dois aspectos fundamentais: incorporar no produto os serviços ou características desejadas pelo cliente e proporcionar o produto sempre com qualidade homogénea e sem falhas.

É de notar que nestas definições apresentadas aparece como característica comum o carácter multivariável da qualidade. Todas estas definições consideram a qualidade como um conjunto de atributos de um produto relativos à sua capacidade de cumprir os objectivos previstos. É de evidenciar que nalgumas destas definições não aparece uma referência explícita ao consumidor, que é quem faz, em última análise, a avaliação da adequação dum produto às necessidades (talvez por se tratar de definições pensadas para produtos industriais em que o

produto de uma secção se deverá adequar às necessidades de outra secção). Segundo Rivera Vilas (1995), “a qualidade, relativa a um conjunto de produtos agro-alimentares, é um juízo ordinal emitido pelo consumidor, baseado nas variáveis que este considera qualidade”.

Esta visão da qualidade agro-alimentar é uma ordenação de preferências de produtos, baseada nas variáveis ou, características que um consumidor considerou interessante eleger e que serão denominadas como variáveis de qualidade.

A definição apresentada pressupõe que a “qualidade” está nos atributos (ou características) dum produto.

Desta forma, a qualidade pode ser considerada como a opinião baseada em diferentes variáveis ou dimensões (um conceito de tipo multivariável). Naturalmente, uma das variáveis clássicas para julgar a qualidade de um produto agro-alimentar é o seu preço, mas não tem que ser a única nem a variável mais importante. É certo que, em muitas ocasiões, esta variável pode ser decisiva na opinião, já que poderá actuar como uma restrição *à priori* na ordenação de preferências.

Portanto, seguindo Fanfani *et al*, o problema da qualidade, ao nível dos produtores e dos consumidores, não pode ser considerado como uma série de etapas individuais. Bem pelo contrário, entre as etapas, deve ser estabelecida uma relação funcional. A necessidade, especialmente para as empresas de transformação, de fazer face às exigências dos consumidores implica uma maior responsabilidade

dos produtores e reforça a investigação de estratégias comuns (Fanfani *et al.*, 1995)

2.1.3.1.1 - A qualidade no sistema agro-alimentar

No sistema agro-alimentar, a qualidade não representa um conceito único. Pode ter um significado de natureza quantitativa ou qualitativa, variável conforme as pessoas que a determinam (agricultores, industriais da transformação, distribuidores, consumidores). Com efeito, é possível distinguir a qualidade agrícola ligada à escolha das plantas a cultivar e às técnicas de produção utilizadas pelo agricultor, da qualidade tecnológica que respeita à indústria de transformação. Trata-se, contudo, do conjunto das características que torna a matéria-prima mais ou menos apta para obter o produto final desejado. A este último significado está ligada a qualidade comercial, que se refere às fases de comercialização, à conservação, à apresentação do produto, à época em que se pode vender e à sua capacidade em satisfazer as exigências particulares do mercado. Enfim, do ponto de vista do consumidor, é possível distinguir a qualidade higiénica e sanitária da qualidade nutricional e da qualidade organoléptica.

A qualidade pode ser considerada como um serviço que satisfaz exigências determinadas e variáveis, resultante duma combinação de produto, de preço, de modos de distribuição e de mensagens de informação enviadas aos consumidores. Por isso, a qualidade deve ser mais uma qualidade global, quer dizer, o produto deve ser de tal forma que satisfaça as expectativas diversas dos actores em todos os níveis da fileira. Na altura da produção da matéria-prima é necessário que as

decisões, que respeitem ao que se deve produzir e como produzir, sejam tomadas em função do destino futuro (Fanfani *et al.*, 1995).

2.1.3.1.1.1 – Parâmetros que afectam a qualidade

Existem diferentes parâmetros que afectam a qualidade da produção e comercialização agrárias. Por isso, existem determinados valores que se começam a exigir ao produto e aos processos de produção no campo.

As exigências, ao nível do processo de produção, vão desde a utilização de “boas práticas agrícolas”, respeitadoras do ecossistema²⁷, a exigências relativas à categoria e vida comercial elevadas²⁸, à ausência de sabores e corpos estranhos, tanto devido a práticas produtivas como durante a preparação²⁹, à atenção dada à qualidade organoléptica³⁰, à ausência de manipulação genética³¹, até à identificação do percurso do produto (rastreabilidade).

Na etapa relativa à confecção, exige-se o seguimento do produto e, portanto, a sua rastreabilidade, o dimensionamento adequado de armazéns, a distribuição de forma adequada das instalações para que se garanta: um processamento correcto (tanto no pré e pós processamento como durante o processamento); infra-

²⁷ Tendo em conta o equilíbrio biológico, a ausência de contaminação, o não abuso de consumo de água e fertilizantes de síntese.

²⁸ Ausência de podridões e vida comercial que abranja não só a cadeia de distribuição como também o tempo normal de consumo no lugar.

²⁹ Cada vez se toma mais em conta os conservantes que se utilizam para aumentar artificialmente a vida comercial.

³⁰ Esta tem evoluído favoravelmente aos sabores. Isto tem-se constatado especialmente nos produtos em que, até agora, este atributo era sacrificado em favor da aparência e vida comercial.

³¹ O consumidor continua sem aceitar a aplicação da engenharia genética e continua a não confiar nos produtos transgénicos.

estruturas adequadas tendo em vista a manutenção de um elevado nível de higiene (controlo de elementos patogénicos) no centro de confecção; a possibilidade de preparar separadamente os produtos com diferentes níveis de exigência no que se refere a tratamentos pós-colheita; a garantia de correcto tratamento de frio, tanto na fase prévia à preparação como em fases posteriores; linhas de confecção que garantam um tratamento adequado do produto e a qualidade no processo, bem como um empacotamento correcto nas embalagens adequadas.

Quanto às exigências na fase de abastecimento ao consumidor há a evidenciar: a necessidade de verificação da identificação do produto e seguimento dos processos a que foi submetido (continuidade da rastreabilidade); a exigência relativa a um fornecimento adequado quanto à forma, modo e tempo e tendo em conta o cumprimento dos parâmetros estipulados, que afectam os aspectos qualitativos de sanidade e vida comercial; a utilização de veículos preparados para o efeito e com temperaturas adequadas; a adopção de medidas que permitam diminuir o circuito e prolongar a frescura e vida comercial do produto; o desenvolvimento de actuações que ofereçam inovação na produção, apresentação ou forma de consumo; possibilidades de promoção do produto tanto a nível de distribuição como de ponto de venda, enfim, actuações com vista a informar e formar o consumidor (Planells, 2003).

Para os consumidores, o mais importante da sua alimentação é a segurança. As recentes crises, neste âmbito, têm destruído progressivamente a confiança do público relativamente à capacidade da indústria agro-alimentar e das autoridades públicas para garantir a inocuidade dos alimentos.

Por isso, a Comissão Europeia tem feito da segurança alimentar uma das suas prioridades, instituindo o princípio da prevenção “da quinta até à mesa”, e definindo obrigações a satisfazer por todos os actores da cadeia agro-alimentar.

2.1.3.2 – Qualidade / custos

Do ponto de vista empresarial e de competitividade, a qualidade do produto e dos processos, deve ser acompanhada por estratégias e meios empresariais que permitam a competitividade pelos custos. Não interessa apenas fazer bem, mas fazê-lo aos menores custos possíveis (Planells, 2003), aliás, fazer bem é isso mesmo.

“De nada serve um produto com uma qualidade excepcional, se não tem um preço adequado, uma comunicação oportuna e idoneidade na sua distribuição. Também é evidente que pode dar-se a situação inversa, ou seja, haver uma gestão adequada das variáveis comerciais e o produto não estar de acordo com a qualidade que a procura exige” (Rivera Vilas, 1995:9).

A qualidade do produto aparece assim como condição necessária, entre outras, para ter êxito no mercado agro-alimentar.

Para Rivera Vilas (1995), a qualidade como vantagem competitiva não deveria ser considerada pela empresa como um fim em si mesmo, nem sequer como uma arma ao serviço da rivalidade e da supremacia comercial, mas sim mais um meio para tentar satisfazer o melhor possível as necessidades sociais, naturalmente sem comprometer nunca o desenvolvimento das futuras gerações, quer dizer, como um meio para conseguir o que hoje se conhece por desenvolvimento sustentável.

Evidentemente que a qualidade não é só uma questão de ética empresarial mas sim de sobrevivência e êxito comercial.

Segundo este autor, são quatro as componentes da qualidade de uma empresa agro-alimentar: as pessoas; os processos ou actividades desenvolvidas por estas; os produtos oferecidos; e a estrutura ou organização empresarial incluindo os objectivos.

O factor humano³² é considerado o eixo central da qualidade, pois os outros três assentam neste. Rivera Vilas (1995) refere que está comprovado empiricamente que, quando existe uma melhoria na qualidade dos recursos humanos, esta tem como consequência imediata o aumento da qualidade nas outras três componentes. A qualidade na componente humana traz consigo alterações nos processos ou actividades realizadas, na qualidade dos produtos e na própria estrutura empresarial, que se vai tornando mais de acordo com o objectivo de qualidade da empresa.

Rivera Vilas (1995:10) também alude que, “uma mera observação da realidade confirmará que as empresas competitivas pelo seu nível de qualidade o são também em termos de custos. Naturalmente isto não significa que melhorar a qualidade não tenha um custo. Mas quer dizer que, nestas empresas, este tipo de investimento produz um benefício várias vezes superior ao mesmo”.

³² Relativamente à importância concreta que pode ter a melhoria da qualidade na empresa, refere que foi demonstrado que quando o nível de qualidade do factor humano se eleva, a taxa de retorno do investimento e a taxa de benefícios sobre as vendas aumentam bastante (duplicam).

2.1.3.3 - Gestão da qualidade

A gestão da qualidade consistirá em oferecer a qualidade solicitada num mercado, de forma rentável para a empresa, o que implicitamente exige o menor custo possível³³.

No entender de Vicente Caballer (1995:5)³⁴ “a qualidade agro-alimentar passa a desempenhar um papel fundamental na comercialização dos produtos agrários, transformando-se num instrumento estratégico para a melhoria dos rendimentos dos empresários”.

Por outro lado, a maior complexidade dos processos de produção e comercialização agrária, parecendo-se cada vez mais com a produção industrial e com a prestação de serviços, obriga o empresário agrícola a utilizar os procedimentos de normalização e controlo de qualidade análogos aos do resto das empresas tanto relativamente ao produto, como ao processo.

Sánchez (1993) defende que o controlo de qualidade (gestão da qualidade) deve actuar sobre os processos e não sobre os produtos acabados, deve ser objectivo com “regras de jogo” claras, bem entendidas e formuladas para todos e deve basear-se nas exigências do cliente, mas tendo sempre em conta as normas oficiais que existem a este respeito.

³³ Não como uma característica da qualidade mas sim como uma característica inerente à gestão de qualquer actividade comercial.

³⁴ No prólogo de Gestion de la Calidad Agroalimentaria de Rivera Vilas (1995)

Para Juran (1988), a gestão da qualidade assenta sobre três procedimentos básicos, normalmente denominados “Trilogia de Juran” que são: a planificação; o controlo e a melhoria da qualidade.

A planificação da qualidade corresponde a criar um processo que seja capaz de alcançar os objectivos estabelecidos, nas condições operacionais disponíveis. Pressupõe, assim, identificar os clientes, determinar as suas necessidades, acrescentar as características do produto que respondam às necessidades dos clientes e dos fornecedores, com um mínimo de custos combinados, desenvolver um processo que possa produzir as características necessárias do produto e comprovar a capacidade do processo.

O controlo da qualidade corresponde à vigilância do funcionamento do processo e correcção de possíveis desvios.

A melhoria da qualidade é consequência do controlo de qualidade, pois este pode fornecer informações que permitam identificar necessidades de melhoria, nas diferentes etapas do processo.

A gestão da qualidade é, assim, um processo em constante rectro-alimentação e deve desenvolver-se de forma continuada, pois as exigências da distribuição e do consumidor vão progressivamente aumentando e tornando-se mais complexas.

Se conseguirmos incorporar ao produto as características e serviços desejados, venderemos o que o cliente quer comprar, o que implica melhorar a facilidade de venda do produto. Se formos capazes de abastecer o mercado sem falhas,

conseguimos aumentar tanto a satisfação do cliente como a rentabilidade da empresa. Ao não ter reclamações nem ter que submeter o produto a reelaboraões, conseguem-se aumentos importantes na rentabilidade, na medida em que se consegue qualidade à primeira.

Como foi referido anteriormente, a gestão da qualidade corresponde à capacidade de um sistema garantir, de maneira objectiva, que a qualidade fornecida corresponde à procurada. A eficácia desta gestão permitirá instalar a confiança entre actores duma transacção.

No âmbito das transacções, a diminuição da incerteza na definição dos produtos pressupõe uma confiança na capacidade dos interlocutores em realizar a qualidade esperada. A certificação desta capacidade ou a reputação adquirida pode desempenhar um papel fundamental nas transacções.

2.1.3.4 – Qualidade e a teoria das convenções

“Os teóricos das convenções” consideram que, dada a incerteza associada à qualidade, a coordenação pelo mercado é insuficiente.³⁵

Na perspectiva da teoria das convenções, a qualidade é um dos domínios onde se regula a actividade económica seguindo processos diferentes da regulação pelos preços.

³⁵ Eymard-Duverney (1989) refere que “os preços não constituem mais uma variável determinante para assegurar a coordenação, mas são um dos elos da organização industrial, submetidos a regras convencionais mais ou menos instituídas”.

Assim, tendo em conta, a incerteza associada à qualidade, consideram importante a existência de convenções de qualidade, que intervêm como exógenas às leis do mercado.

Pelo exposto, a qualidade dum bem pode ser definida de modos diferentes, a saber:

A coordenação “industrial”, tem como referência standards. Neste caso os produtos são definidos por regras objectivas. Existe um processo e normas exteriores, às quais os actores verificam ter ou não a capacidade de se adequarem. Enfim, esta forma contribui para regular as relações entre actores que se adequam às normas.

Na coordenação doméstica ou de “reputação”, a noção de qualidade resulta de ligações duráveis entre os actores económicos, relações baseadas na confiança entre pessoas ou marcas, tendo como referência transacções passadas.

A coordenação cívica existe quando a qualidade resulta da adesão dos actores a um conjunto de princípios que têm em vista definir a qualidade e estruturar as relações económicas.

A coordenação de mercado resulta do funcionamento normal do mercado. Neste caso, considera-se que os actores estão em condições de avaliar directamente a qualidade dos bens transaccionados.

O modelo CQFD³⁶ referido por Sylvander e Melet (1992) permite-nos compreender o porquê da construção de convenções de qualidade nas trocas comerciais, pois quando se estabelecem transacções comerciais, os actores económicos exigem, cada vez mais, que o fornecido corresponda ao pedido. Contudo, apesar dos esforços nesse sentido, existe frequentemente afastamento entre a qualidade pedida e a fornecida, devido à dificuldade, por parte dos actores, em perceber e medir todas as dimensões da qualidade³⁷.

As convenções da qualidade têm em vista diminuir a incerteza na definição dos produtos que se transaccionam. O acordo registado suprime a incerteza.

O consumidor, quando compra, perante a insuficiência de critérios para avaliação das características, é levado a estabelecer uma ligação entre a qualidade do produto e a representação que ele tem dos seus factores de produção, se está em contacto directo com o vendedor, mas, se não é o caso, o recurso a uma identificação presente no produto (símbolo de qualidade, etiqueta ou marca) desempenha o papel de garantia de qualidade.

Ao nível dos operadores da fileira, a questão é a mesma. No estágio actual do desenvolvimento económico, a incerteza leva-os a ultrapassar o estágio de

³⁶ C = Características; Q = Qualidade; F = Factores de produção; D = Identificação.

³⁷ Alguns actores estão melhor equipados que outros para medir as características. Muitas PME's tal como os consumidores, não têm possibilidades técnicas ou financeiras para medir essas características. Eles não dispõem senão dos seus sentidos (visão, olfacto e tacto). Estes meios são suficientes no que respeita à qualidade organoléptica mas insuficientes para a qualidade higiénica e nutricional.

mercado e a caracterizar os produtos transaccionados, recorrendo a normas e a características definidas por cadernos de encargos.

A preocupação em reduzir a incerteza quanto à qualidade leva até, alguns clientes, a analisar as condições técnicas de funcionamento dos fornecedores.

2.1.3.5 - Factores de qualidade nos citrinos para consumo em fresco

Como já se disse, hoje em dia, a ideia de qualidade de um produto está muito relacionada com a(s) qualidade(s) deste, mas também com as características dos processos desde a produção até ao consumidor. Refere Mazzuz (1996:19) que “a qualidade de um produto depende de uma série de factores e características relacionadas com as suas condições intrínsecas e de manipulações ou transformações que sofreram”.

Assim, no caso dos citrinos, fruto não climatérico, a “qualidade”³⁸ do produto quando é colhido representa a “qualidade potencial do fruto”. Posteriormente, a qualidade pode ser mantida ou deteriorada durante a manipulação.

Segundo o mesmo autor, os factores de qualidade, nos citrinos, podem considerar-se como factores intrínsecos e factores extrínsecos.

Factores intrínsecos são aqueles que se referem ao produto em si. Podem considerar-se de dois tipos consoante são mensuráveis ou não.

³⁸ Do ponto de vista organoléptico.

São exemplos de factores intrínsecos (mensuráveis)³⁹: o calibre, o peso, a espessura da casca, a cor, a textura, o conteúdo em sumo, o grau de Brix, o conteúdo em ácido anídrico, o índice de maturação, os factores nutritivos (quantidade de água, de proteínas, de vitamina C, etc.), o conteúdo em carotenóides, os factores toxicológicos ou a qualidade sanitária (existência de resíduos de pesticidas), etc.

Alguns destes factores orientam-nos sobre outros. Por exemplo, nos citrinos, a cor, o brilho e a textura poderão dar ideia sobre o grau de frescura do fruto.

Os outros factores intrínsecos (não medíveis) são os que têm a ver com a forma, o estado de desenvolvimento, a facilidade em descascar, o sabor, etc.

Factores extrínsecos ou coadjuvantes são os factores de qualidade que não dependem do produto em si, mas que actualmente são de grande importância quando se define a qualidade deste.

São um grupo de características muito variadas, designadamente a apresentação do produto, a homogeneidade deste, a facilidade de consumo, o tipo de embalagem e sua adequação às necessidades do produto e/ou às necessidades do cliente (de protecção do ambiente, de informação, de comodidade, de atracção, etc.).

³⁹ Algumas destas características podem ser “medidas” sem grande dificuldade, outras porém exigem técnicas especiais de laboratório ou instrumentos evoluídos.

Na valorização de um produto podem intervir também aspectos de ordem cultural, geográfica, económica, de moda, etc.

Nos produtos que chegam ao consumidor sem ser transformados como é o caso dos citrinos para consumo em fresco, as operações comerciais e as decisões de compra por parte do consumidor têm em conta tanto as categorias do produto como as marcas comerciais.

As denominações de qualidade são distintivos que dão o aval a um determinado produto oferecendo, desta forma, um elemento de diferenciação que permite ao consumidor distinguir claramente este produto de outros.

A UE protege as denominações geográficas (IGP) quando os produtos possuem uma determinada qualidade e reputação e esta é devida essencialmente ao lugar de produção.

A maioria dos autores consultados reconhece nas marcas um aumento de importância relativa.

Defende Mazzuz (1996) que, para se conseguir qualidade, hoje, é tão importante o processo como o produto.

A qualidade dos citrinos começa quando da escolha do sítio onde se vão produzir. Este deverá reunir determinadas características climáticas, edáficas, topográficas, de acessibilidade (acesso a vias de comunicação e a mercado).

Depois, deve haver o cuidado de antes de proceder à aquisição das plantas (sãs e de variedade certificada) seleccionar a melhor combinação porta enxerto/variedade.

A plantação e operações culturais (regas, fertilizações, tratamentos fitossanitários, bem como a colheita dos frutos) devem ser feitas de forma correcta, no momento oportuno e tomando as decisões apropriadas relativamente ao clima adverso.

Para conseguir um produto de qualidade, de acordo com as exigências do cliente, deve proceder-se à manipulação do fruto durante a sua confecção e expedição, utilizando factores (fungicidas, ceras, embalagens, etc.) e meios técnicos apropriados (maquinaria de limpeza, normalização, acondicionamento, câmaras, etc.).

Por último, são necessários: um transporte correcto; uma distribuição e venda do produto no período adequado, para que chegue ao consumidor final com bom aspecto, sem ter perdido a qualidade original no processo de manipulação e se apresente atractivo, mediante uma boa política de promoção e venda.

A gestão da qualidade dos citrinos para consumo em fresco integra o cuidado a ter com todos os factores e processos mencionados anteriormente, optimizando a rentabilidade das diferentes etapas, fazendo o seu controlo sistemático e a melhoria contínua para satisfazer o consumidor.

2.1.3.6 - Políticas Comunitárias / qualidade / especificidade

Devido à crescente saturação de alguns mercados agro-alimentares, a incerteza sobre a qualidade vai desempenhar um papel central na valorização dos produtos. Este facto implicará um aumento nos padrões de qualidade, uma diversificação dos produtos e dos segmentos de mercados, bem como a utilização de especificações de qualidade (Sylvander, 1992).

Escreve Sylvander (1992:21): “Procurar uma posição favorável no mercado pela simples alegação de qualidade é prática corrente.Contudo, é indispensável enumerar critérios precisos que ponham em evidência que um produto de qualidade é diferente dos produtos standards”.

Este autor, quando se refere a “qualidade específica”, toma em conta uma realidade social, pois os produtos devem ser definidos por processos de construção social, que levam ao surgimento de instituições mais ou menos especializadas e toma também em conta a realidade do mercado nas suas tendências contemporâneas para a segmentação. Assim, tendo em conta as maneiras dos actores definirem a qualidade e a garantia da(s) qualidade(s) para diminuir a incerteza, elas são diferentes consoante os segmentos de mercado a explorar. Neste sentido a palavra específica é para ser considerada como que ligada de maneira específica a um objecto. Por isso, este tipo de qualidade específica não pode ser estudado separadamente dos segmentos de mercado.

Para cumprir o seu papel regulador, os poderes públicos adoptaram diferentes tipos de políticas entre as quais políticas de especificações oficiais de qualidade⁴⁰.

2.1.3.6.1 - A qualidade alimentar / certificação, na Europa Comunitária

A qualidade alimentar na Europa Comunitária começou a ser construída, passo a passo, a partir dos anos 60. O objectivo era uniformizar as recomendações nacionais nos países da Comunidade, tendo como objectivo a protecção da saúde e o interesse dos consumidores. Desta forma, tinha-se também em vista a construção de um Mercado Único Europeu.

No início de 1993 deu-se a supressão dos controlos nas fronteiras intra comunitárias. O facto da circulação dos produtos não ter mais que ser objecto de controlo nas fronteiras intra comunitárias, exige que as regulamentações comunitárias sejam igual e eficazmente aplicadas em cada um dos países que integram a Comunidade. Não deverá haver razões para duvidar dos produtos provenientes de outros Estados membros, pois deve partir-se do princípio que são tão bem controlados como os que cada um controla no seu território. Desta forma pressupõe-se que a qualidade dos produtos é igualmente assegurada sobre todo o território comunitário em função de regulamentações comuns e controlos equivalentes. Assim, cada país terá a seu cargo unicamente zelar pela aplicação da

⁴⁰ Afinal, políticas desta natureza fazem parte desde há muito de intervenções dos poderes públicos. Vide, na Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira, vol II, relativamente a amêndoas que eram exportadas para a Inglaterra, Bélgica, Holanda e Polónia, em 1935 “as espécies ali mais divulgadas exportam-se largamente para o estrangeiro sob a designação, legalmente protegida de ‘amêndoas do Algarve’ ”.

regulamentação, tanto no que respeita à sua produção nacional como relativamente à importação de países terceiros.

Mas, segundo questiona Previdi (1994:337), “será que o sistema regulamentar comunitário relativo à produção de alimentos abrange o conjunto de atributos que integram a definição duma certa noção de qualidade?”

Assim, tendo em conta a definição de qualidade dada pela ISO⁴¹, que considera a qualidade como “o conjunto de propriedades e características dum produto que lhe confere aptidão para satisfazer necessidades manifestada ou implícitas”(ISO 9000:2000), as necessidades implícitas derivam essencialmente de imperativos em matéria de saúde, higiene e informação aos consumidores, mas as manifestadas podem dizer respeito a propriedades e características dos bens alimentares derivadas da tradição gastronómica e da cultura, onde tem muita influência o processo de produção.

No sistema regulamentar comunitário, só as necessidades imperativas podem ser impostas, pelo que o segundo tipo de necessidades deve ser tomado em conta, no âmbito de políticas nacionais de qualidade.

Relativamente ao primeiro tipo de exigências, o poder público intervém com a regulamentação e determina as especificações técnicas dos produtos ou as condições de produção que devem ser respeitadas.

⁴¹ Previdi, considera esta definição da ISO bastante completa.

No segundo caso limita-se a agir indirectamente por acções orientadas para promover o desenvolvimento de instrumentos de natureza voluntária e consensual, como a fixação de normas pelos operadores, a implementação de símbolos, de marcas de conformidade, de certificação de qualidade, etc.

É de notar que a utilização desta segunda categoria de instrumentos, é voluntária e depende da iniciativa dos produtores. A sua existência deve ser o resultado de um consenso da parte de todas as categorias de interessados (produtores, distribuidores, consumidores, etc.).

Previdi (1994: 338) afirma que “um sistema de qualidade ou uma política de qualidade tem como missão fazer evoluir a oferta e a procura dos mercados relativamente a certas características ou prestações dos produtos, com vista a ir ao encontro do interesse dos consumidores. O sucesso duma política de qualidade deriva essencialmente da capacidade de determinar o comportamento global da oferta e da procura no mercado.”

A aplicação da regulamentação comunitária alimentar restringe-se unicamente às exigências imperativas em matéria de saúde, higiene, etc.

Para assegurar a livre circulação de mercadorias, tendo em conta todos os aspectos, próprios de regulamentações nacionais, e que não são coincidentes com as exigências imperativas, foi necessário a implementação dum sistema em que, sobre um tronco comum harmonizado relativo às características dos produtos, essencialmente de natureza sanitária, se vêm juntar políticas nacionais de qualidade, que dão suporte a todas as outras características dos produtos e que têm

a ver com os locais, as tradições nacionais, a cultura alimentar ou a culinária, ou que integram certas noções de qualidade reclamadas pelos mercados.

As *denominações* são de grande importância, não só pela informação explícita que prestam ao consumidor como também pelo seu significado relativamente à qualidade dos produtos a que se referem.

Para que as normas de especificação possam exercer uma influência efectiva sobre o mercado é necessário que a conformidade dos produtos às normas possam ser certificadas através de laboratórios e de organismos independentes e que a competência e credibilidade destes seja manifestada por sistemas de acreditação. Um produto certificado e acompanhado duma marca ou dum símbolo de conformidade responde a uma necessidade explícita do mercado.

As técnicas de certificação podem incidir tanto sobre o produto final como sobre a organização e o processo de produção. As duas técnicas não são alternativas mas complementares.

A certificação de sistemas de qualidade leva a aumentar a credibilidade junto dos consumidores, permitindo, em geral, às empresas aumentar a sua rentabilidade.

A preocupação sobre a higiene está efectivamente no domínio alimentar como parte integrante dos condicionalismos da qualidade e das técnicas da garantia de qualidade aplicadas à alimentação com a implementação do sistema HACCP (Hazard Analysis-Critical Control Points).

Existem também outras regulamentações, a nível europeu, que têm em vista a promoção da qualidade, quando não se trata de produtos ditos genéricos mas de produtos específicos, cuja exigência principal é a de obter sobre todo o território da Comunidade a protecção da sua especificidade.

Com esta finalidade o Conselho da Comunidade Europeia adoptou instrumentos comunitários com vista a proteger certificados de especificidade de bens alimentares, que estejam de acordo com cadernos de encargos depositados e registados a nível comunitário, se a especificidade não está ligada a uma origem geográfica particular (Reg. CEE nº 2082/92), bem como se a especificidade está ligada a Indicações Geográficas ou Denominações de Origem (Reg. CEE nº 2081/92). Num caso como no outro, estes dois tipos de protecção, são acompanhados por garantia de qualidade (em conformidade com um caderno de encargos) resultante de regimes de controlo. É de referir que, a utilização destes instrumentos é voluntária e depende da iniciativa dos próprios agricultores, sob a influência da procura do mercado.

2.1.4 – O Sistema Produtivo / Qualidade

De acordo com o Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea⁴² um sistema é um conjunto de elementos reunidos de maneira a formar um todo intimamente relacionado. Pode considerar-se como: um conjunto de meios ou de processos, destinados a produzir um resultado; um conjunto estruturado dos diferentes tipos

⁴² Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea, da Academia das Ciências de Lisboa.

de actividades em que se organiza a produção; enfim, um conjunto das instituições políticas e sociais bem como dos seus métodos e práticas (económicas, legislativas, políticas e sociais).

Carvalho (2002), considera serem necessários quatro atributos para a caracterização de um sistema: a ideia de conjunto; a relação entre elementos; a procura de objectivo e a adaptabilidade ao ambiente.

Um sistema produtivo é um caso particular de um sistema, em que os seus resultados⁴³ incluem um produto, bem ou serviço, com utilidade para os clientes.

Um sistema produtivo pode ser considerado como um conjunto de elementos interligados que permite gerar produtos a partir de factores de produção. Esses elementos interligados podem ser, eles próprios, considerados sistemas produtivos. Por isso, podem-se chamar subsistemas a estes sistemas que integram o sistema produtivo⁴⁴. Este deve ser dinâmico e permitir que os seus subsistemas, tal como as suas ligações, possam sofrer alterações para responder melhor às exigências do exterior. Assim, um sistema de produção com sucesso deve ser cuidadosamente projectado e gerido, para poder responder eficientemente às exigências e alterações do mercado. É de importância primordial a sua gestão

⁴³ O produto resultante de um sistema produtivo pode ser um bem, um serviço ou uma combinação dos dois. Um bem é um produto tangível, com características físicas enquanto que um serviço é um produto intangível. Um bem é propriedade duma pessoa ou de uma entidade enquanto que um serviço não é propriedade de ninguém, apenas existe durante a ligação entre o cliente e o fornecedor na prestação do serviço.

⁴⁴ Por exemplo as empresas são organizações especializadas em produzir produtos para o nosso consumo e elas são conjuntos interligados de um sistema produtivo.

eficiente, medindo o seu desempenho e introduzindo variações nos parâmetros reguladores, de forma a caminhar para os objectivos previamente fixados, pois alguns factores podem actuar como estrangulamentos ao pleno desempenho. Esses estrangulamentos podem ser classificados como “tecnológicos” e “não tecnológicos”, conforme a sua natureza. Aos estrangulamentos tecnológicos estão associadas tecnologias que necessitam ser geradas e/ou adoptadas pelos elementos que actuam nas cadeias de produção. Tecnologia que pode ser considerada como, “um conjunto organizado de conhecimentos – intuitivos, empíricos e ou científicos - utilizados na produção e comercialização de bens e serviços” (Carvalho dos Santos *et al.*, 2001:10).

As exigências tecnológicas são definidas como, necessidades de conhecimentos e tecnologias, visando reduzir o impacte de limitações identificadas nas componentes do sistema produtivo, para a melhoria da qualidade dos seus produtos, eficiência produtiva, competitividade, sustentabilidade e equidade de benefícios entre seus componentes (Carvalho dos Santos *et al.*, 2000).

A tendência para a globalização veio criar novas regras e desafios aos sistemas produtivos. Estes têm que ser repensados, para se poderem adaptar à dinâmica de um mercado cada vez mais exigente. Mudanças profundas na procura obrigam-nos a considerar com uma atenção crescente as componentes qualitativas da oferta. Passou-se duma visão de produção isolada na empresa para a pesquisa de sinergias fora da empresa (a montante e a jusante); da mesma forma passou-se de uma organização de produção baseada no controlo de qualidade *à posteriori* para uma organização orientada para a prevenção e a programação (Mattana, 1992).

Assim, a informação, sendo o conhecimento necessário para transformar os factores de produção em produtos adequados às exigências do mercado, é certamente o factor crucial para o sucesso do sistema produtivo.

Tendo consciência de que, como referem Fanfani *et al.* (1995), os processos de globalização da procura final não geram obrigatoriamente um “consumidor universal”, a análise da procura final dos produtos evidencia o papel dos sistemas agro-alimentares locais. Frequentemente, os consumidores individuais procuram uma melhor qualidade de serviços incluídos nos bens alimentares. Isto determina uma segmentação progressiva dos mercados dos bens alimentares, devido à evolução dos estilos de vida e às novas preferências dos consumidores. Neste contexto, os autores referem a existência de tendências para consumos de qualidade, típicos e artesanais, que são produzidos em grande parte nos sistemas territoriais de pequenas e médias empresas (Fanfani *et al.*, 1995).

Esta abordagem da qualidade requer que cada sector esteja organizado para a melhoria contínua dos produtos finais, graças à participação da produção agrícola, do acondicionamento e/ou transformação e da distribuição, sem negligenciar o apoio das instituições. Esta participação desenvolve-se mais facilmente num sistema local que favoreça a transmissão das informações e dos conhecimentos, as relações entre actores participantes na produção de alimentos e, igualmente, o apoio institucional. As instituições têm essencialmente o papel de criar infra-estruturas e de oferecer serviços às empresas para estimular as relações de produção já existentes entre os actores, em particular fornecer informações sem as quais o sistema de produção não poderia implementar estratégias coerentes para

responder às mudanças das condições de concorrência. Na transmissão da qualidade entre produtores e consumidores, o papel das instituições pode revestir-se de uma importância particular (Fanfani *et al.*, 1995).

A qualidade ocupa um lugar central na procura dum novo modelo de organização na maior parte dos sectores, modelo esse, que se fundamentará na procura de novas formas de competitividade, adaptando os produtos e a produção à nova forma da procura, à evolução dos consumos e dos modos de vida. A qualidade justifica a reformulação de estratégias (Letablier, 1995). A tónica posta sobre a qualidade leva a uma recomposição do modelo de organização, à invenção de novos instrumentos de avaliação e à procura de novas formas de mobilização de recursos.

A nível de gestão, trata-se, assim, de dominar a conformidade do produto e de organizar os recursos das empresas (financeiros, técnicos e humanos) para o fazer nas melhores condições (Lassaut, 1995).

Hoje em dia, quando se fala de qualidade, fala-se de qualidade do produto, qualidade dos processos produtivos, qualidade de confecção, qualidade do transporte e do abastecimento, garantia de respeito pelo bem-estar das pessoas e dos animais, segurança alimentar, possibilidade de demonstrar a correcta realização dos processos anteriores (rastreabilidade), informação ao consumidor.

Portanto, como refere Fanfani *et al.* (1995), o problema da qualidade, ao nível dos produtores e dos consumidores, não pode ser considerado como uma série de etapas individuais. Bem pelo contrário, entre as etapas deve ser estabelecida uma

relação funcional. A necessidade, especialmente para as empresas de transformação ou de distribuição, de fazer face às exigências dos consumidores implica uma maior responsabilidade dos produtores e reforça a investigação de estratégias comuns.

A incorporação de tecnologias na produção e/ou nos processos de comercialização, para novas alternativas de produtos, deve proporcionar melhor desempenho económico às actividades e aumento de rendimento. As carências tecnológicas são as necessidades de conhecimentos e de técnicas, visando reduzir as limitações identificadas nas componentes do sistema produtivo, para a melhoria da qualidade dos seus produtos, da eficiência produtiva e da competitividade. Neste sentido, as investigações necessitam ser definidas com base em critérios, que dêem prioridade a essas carências, para evitar desperdício de recursos financeiros (públicos e privados) e para beneficiar o sector produtivo e o consumidor. Os critérios de prioridade, por sua vez, devem considerar factores não só económicos, mas também sociais e ambientais (Carvalho dos Santos *et al.*, 2000).

Assim, a identificação das carências deverá servir como incentivo para implementar políticas públicas de investigação, de transferência de tecnologias, de crédito agro-industrial, bem como norteadoras de investimento para o sector privado (agricultores e intermediários grossistas) e os resultados dessas acções deverão trazer melhorias à capacidade competitiva do sistema.

2.2 – Enquadramento Teórico - Desenvolvimento e a “teoria do progresso técnico e institucional induzido”

Numerosos trabalhos vêm demonstrando o papel decisivo para o desenvolvimento, não só do progresso técnico como também da componente institucional.

Razão bastante para que se inicie este subcapítulo evidenciando a importância atribuída à inovação técnica e às instituições como elementos explicativos da dinâmica económica. Posteriormente far-se-á a apresentação dos principais modelos teóricos de desenvolvimento, realçando, não só a importância atribuída às inovações técnicas, como também a respectiva origem, com o intuito de concluir sobre que modelo utilizar para a identificação de estratégias de desenvolvimento que se adequem à citricultura do Algarve. Ter-se-á em consideração os desafios com que esta actividade se defronta actualmente, tanto ao nível “micro” relativamente à necessidade de mudança de paradigma técnico-económico e organizativo, como ao nível “meso” relativamente às necessárias adaptações institucionais.

2.2.1 - Inovação tecnológica e institucional como elementos chave da competitividade e da dinâmica económica

A integração de novas técnicas/tecnologias pressupõe a modificação dos sistemas de produção, levando-os a aumentos de produtividade e a redução de custos, que, por sua vez, se repercutem favoravelmente na procura. Por outro lado, as novas tecnologias vão permitir melhorar os sistemas de acondicionamento, transporte e comunicação, assim como melhorar os níveis de qualidade e variedade da oferta de produtos e serviços. Desta forma, aquelas inovações contribuem para estimular

os intercâmbios comerciais e o crescimento económico. Contudo, para a introdução de melhorias tecnológicas adequadas, é essencial uma maior interacção entre agentes sócio-económicos e institucionais (Albuquerque, 1998:15).

O êxito competitivo pode depender mais de melhorias organizativas e mudanças sociais e culturais do que da aquisição de equipamento sofisticado. Estas melhorias poderão permitir gerar sinergias positivas, para um aumento da qualidade dos serviços prestados pelas empresas, bem como, para a solução de problemas, com vista a satisfazer as necessidades e exigências que surgem das constantes alterações do mercado. É de considerar também, como fundamentais, as mudanças institucionais⁴⁵, aos diferentes níveis, a fim de facilitar a adaptação dos processos às dimensões económicas, sociais e culturais.

É sabido que as vantagens competitivas, que resultam de baixos custos, têm vindo a ser substituídas por vantagens competitivas com carácter dinâmico, baseadas na introdução constante de inovações tecnológicas, organizativas e de gestão, apoiadas na incorporação de informação e conhecimento, assim como na qualidade dos recursos. Em suma, implementar actualmente estratégias de crescimento económico baseadas em baixos custos constitui uma aposta extremamente vulnerável. Esta só será justificável como uma etapa provisória, fundada na ausência de alternativas a curto prazo, que levem ao desenvolvimento

⁴⁵ As instituições podem ser entendidas como regras de uma sociedade ou de organizações que facilitam a coordenação entre os indivíduos ajudando-os a formar antecipações e apoiando-os nas suas relações com os outros (Hayami e Ruttan, 1998); as instituições fornecem uma garantia relativa à acção dos outros e garantem ordem e estabilidade às antecipações num mundo complexo e incerto de relações económicas (Dosi e Orsenigo, 1990).

de um processo que permita a incorporação, de forma progressiva, de inovações tecnológicas, organizativas e sociais, que possam permitir criar novas actividades, gerar maior valor acrescentado à produção, abrir mercados ou revitalizar sectores, reforçando desta forma o tecido empresarial.

A competitividade, como foi mencionado, é “sistémica”, o que significa que as empresas não enfrentam só por si a luta pela competitividade nos mercados. Estas dependem, decisivamente, de outros aspectos, que vão desde a disponibilidade de serviços de apoio à produção (informação sobre materiais, factores de produção, tecnologias, produtos e processos produtivos, mercados, comercialização e cooperação empresarial, de entre outros) à existência de infra-estruturas básicas, à disponibilidade de investigação e capacitação empresarial, bem como de um sistema educativo que se adeque aos requisitos produtivos e empresariais do território em questão. Enfim, a competitividade das empresas depende de uma série de factores, de entre os quais deverão ser considerados os principais concorrentes, o nível de exigências dos diferentes utilizadores, o grau de interacção entre o sector público e os agentes sociais, bem como a existência de um “ambiente” propício para o acesso aos serviços de apoio à competitividade (Albuquerque, 1998:20).

O conhecimento e as inovações tecnológicas são importantes no mundo globalizado, intervindo em todos os sectores produtivos, designadamente nos que são reconhecidos como pilares importantes num processo de desenvolvimento sustentado, como é o caso da agricultura. O desenvolvimento do sector agrícola depende de inovações que aumentem a sua eficiência económica, possibilitem a

exploração racional dos recursos naturais e o progresso social, com equidade e melhores oportunidades (Bordenave, 1983; Graeml, 1996; Hayami e Ruttan, 1998). Este tem sido o grande desafio dos países em desenvolvimento, que têm uma diversidade de sistemas de produção. Estes variam desde a agricultura familiar, em pequenas explorações com várias actividades, até grandes explorações especializadas.

Novos tempos exigem novas estratégias. Os conceitos de estratégia e de planeamento continuam válidos. Porém, devem ser repensados à luz da actualidade. Deve tratar-se de uma tarefa colectiva, que requererá a cooperação entre os diversos actores envolvidos nos problemas do sistema produtivo e da competitividade. O Estado pode desempenhar um papel importante na articulação para o desenvolvimento económico (Medeiros, 2007)

Desde 1950, os modelos formais de crescimento têm experimentado mudanças significativas para tentar explicar as diferentes trajectórias de crescimento económico. Essas teorias, em geral, baseiam-se em aumentos da produtividade dos factores de produção decorrentes de avanços tecnológicos e da acumulação de capital físico e humano para explicar o crescimento. Contudo, tem-se verificado que muitas delas falham ao tentar explicar os processos de desenvolvimento económico. Por isso, novas abordagens e construções teóricas têm surgido, incorporando novos elementos para a construção de uma teoria que consiga explicar o mundo real. Surgem assim teorias consideradas heterodoxas, que questionam os principais fundamentos da teoria neoclássica (Siman *et al*, 2006).

2.2.1.1 - Abordagens teóricas sobre progresso tecnológico e institucional/desenvolvimento

Nas teorias económicas não se tem verificado consenso quanto ao entendimento das relações entre mudança tecnológica e/ou institucional e desenvolvimento. Existem abordagens, que tratam vários aspectos do processo de desenvolvimento tecnológico e institucional. Assim, como exemplos, referir-nos-emos, à integração destas inovações no modelo neoclássico, bem como nas abordagens de Schumpeter e de alguns dos seus seguidores ideológicos (Rosenberg, 1982; Nelson Winter, 1982 e Dosi 1984).

Começámos pois, por uma breve introdução ao modelo clássico de desenvolvimento económico, como ponto de partida para um pensamento sobre desenvolvimento que consideramos mais realista.

2.2.1.1.1 – Teoria neoclássica

Segundo os neoclássicos, os mercados funcionam em concorrência perfeita e não existem diferenças no acesso às informações que impeçam os agentes de levar por diante as suas acções e tomar decisões.

O modelo neoclássico tradicional não deu muita importância às questões relativas ao progresso técnico e às instituições. Neste modelo, o progresso técnico e as instituições são considerados variáveis exógenas. Para os neoclássicos, desenvolvimento significa essencialmente aumento da produtividade com base na divisão social do trabalho e no aumento do excedente da riqueza social (Shikida e Lopez, 1997).

Os neoclássicos construíram uma teoria que tenta adoptar uma precisão matemática, modelaram o mundo de forma estática e sem interferências. Incluíram, como pressupostos, que as instituições e o tempo não interferem no processo de desenvolvimento (Freeman, 1990).

Na literatura da especialidade encontram-se bastantes observações críticas, quanto ao tratamento dado pelo enfoque neoclássico relativamente à mudança tecnológica. Basicamente, esta forma de abordagem considera que há um conjunto dado e conhecido de técnicas, portanto com custo de acesso e utilização nulos, que é resumido numa função de produção a qualquer nível de agregação (Cruz, 1988). Como aparece referido em Shikida e Lopez, alguns autores consideram que na teoria microeconómica tradicional (enfoque neoclássico), a inovação tecnológica não é tratada de forma adequada. O carácter estático que lhe está associado, não considera a necessidade de progresso técnico no processo de concorrência.

A abordagem neoclássica considera a introdução do progresso técnico como um factor residual ou exógeno, independente das taxas de crescimento do stock de capital e da força do trabalho, o que é o mesmo que encará-lo “como se ele caísse do céu”(Freeman,1990; Shikida e Lopez,1997).

2.2.1.1.2 – Teorias de inovações induzidas

Com as teorias de inovações induzidas (T.I.I.), designadamente com as abordagens *Demand-pull* e *Technology-push*, verificou-se na abordagem neoclássica uma tentativa de endogeneização do progresso técnico.

As teorias de inovações induzidas evidenciam um avanço teórico, por parte da corrente neoclássica, no sentido de endogeneizar a mudança técnica. Hicks (1932)⁴⁶, considera que o progresso técnico é induzido por mudanças nos preços relativos dos factores, que resultam da sua escassez relativa. Griliches (1957), Schmookler (1962) e Rosenberg (1979)⁴⁷ associam o desenvolvimento de novas técnicas a estímulos do mercado. O ponto de vista de Hicks foi criticado por Salter (1960)⁴⁸, com base no argumento de que a preocupação para qualquer empresário é reduzir o custo total de produção e não encontrar técnicas que economizem este ou aquele factor. Na T.I.I., pela perspectiva *demand pull* a procura orienta a produção de bens e estimula a aplicação de recursos para maximizar a produção daqueles. Os modelos *demand-pull* são contrários à ideia de *technology-push*. Esta última considera que um determinado agente busca uma inovação, independentemente de existir ou não procura para a mesma. Na perspectiva *technology-push*, são evidenciados os condicionalismos da inovação no que respeita à oferta (Dosi, 1984).

Segundo Dosi (1984)⁴⁹, as fraquezas básicas do modelo *demand pull* têm a ver essencialmente com a acção passiva e mecânica das mudanças técnicas em função das condições de mercado. Verifica-se incapacidade em definir, por que razão existem certos desenvolvimentos tecnológicos em vez de outros. Também não considera a capacidade inventiva que não esteja relacionada com alterações nas

⁴⁶ Citado por Rosenberg (1995) e por Ruttan (2001).

⁴⁷ Citados por Ruttan (2001)

⁴⁸ Como também aparece referido em Ruttan (2001).

⁴⁹ Citado por Shikida e Lopez, (1997)

condições de mercado. Para este autor, como aparece referido em Shikida e Lopez (1997), “as forças de mercado poderão ser uma condição necessária, mas nunca uma condição suficiente para a explicação da mudança tecnológica”.

Relativamente ao modelo *technology-push*, as principais críticas têm a ver com a falta de explicações plausíveis sobre o modo como a oferta afecta o desenvolvimento técnico, quer dizer, como a produção afecta a ciência, que, por sua vez, afecta a tecnologia (Shikida e Lopez, 1997).

Assim, com base no exposto, tanto no modelo *demand-pull* como no *technology-push*, o progresso técnico é reduzido, pura e simplesmente, a uma questão de procura ou de oferta, não tendo em atenção uma série de factores importantes e determinantes da mudança tecnológica, designadamente a disponibilidade de tecnologias e de formação específica para a sua utilização, bem como o dinamismo concorrencial de cada mercado específico (Rosenberg, 1995). É de concluir que, apesar dos avanços nestas abordagens relativamente ao modelo neoclássico original, ainda se verificam bastantes fragilidades.

Existem diferenças substanciais relativamente à forma como os modelos de alterações técnicas induzidas foram testados empiricamente. Sobre este assunto podemos referir que:

“O modelo *demand pull* (demand-induced) foi desenvolvido em associação com estudos empíricos mas não foi submetido a modelizações nem a críticas teóricas até recentemente, como aparece referido por Rosenberg (1979); a versão macroeconómica (teórica) do crescimento, pela alteração de factores técnicos induzidos, foi

particularmente estéril em investigação empírica, ao contrário do que se passou com a versão microeconómica da alteração técnica induzida de factores, que foi altamente produtiva na simulação de investigação aplicada. Os primeiros testes formais, baseados na versão microeconómica, foram levados a cabo por Hayami e Ruttan, baseando-se na experiência histórica do desenvolvimento agrícola nos Estados Unidos e no Japão (Hayami e Ruttan, 1970). Concluíram, desta forma, que grande parte das alterações, que ocorreram durante o processo de desenvolvimento agrícola nestes dois países, representam um processo de substituição dinâmica de factores, que acompanham alterações na função de produção, induzidas por mudanças nos preços relativos dos factores” (Ruttan, 2001:106).

Estes últimos autores continuaram a investigar diferentes hipóteses de alterações técnicas induzidas, relativamente à agricultura e aos recursos naturais.

2.2.1.1.3 – Teorias Schumpeterianas

As abordagens de Schumpeter e dos seus seguidores avançam algumas oposições às causas da mudança tecnológica e do processo de desenvolvimento.

Para Schumpeter (1988) a incorporação de inovações no sistema económico constitui a ideia central para o entendimento das mudanças económicas. Este processo de mudança tecnológica irá revolucionar a estrutura a partir de dentro, criando elementos novos e destruindo antigos, tratando-se, desta forma, de um processo de “destruição criadora”.

Ainda para Schumpeter (1996), o elemento motriz do desenvolvimento é definido por inovações. Estas podem traduzir-se, tanto sob a forma de novos bens ou

técnicas de produção, como pelo surgimento de novas indústrias fornecedoras de matérias-primas ou pela conquista de novos mercados.

É de destacar que o processo de progresso técnico, além de adquirir uma multiplicidade de formas, é um fenómeno endógeno por natureza, dado que a origem das inovações se encontra dentro do sistema.

Schumpeter (1988) classifica como empreendimento a realização de combinações novas, e como empresários inovadores os indivíduos cuja função é realizá-las. Assim, é necessário evidenciar que, se tais combinações não forem levadas à prática, não são economicamente relevantes para a sociedade.

A procura do lucro, através da inovação, é fundamental na transformação de uma situação estática em processo de dinâmica económica (Shikida e Bacha, 1998). Segundo Schumpeter, sem o lucro não poderia haver acumulação de riqueza e, conseqüentemente desenvolvimento. A relação lucro, função empresarial, inovação, revoluciona a estrutura económica a partir de dentro (Schumpeter, 1988).

Neste contexto, a introdução de uma inovação, bem aceite pelo mercado, implica um novo dinamismo para a economia. Os lucros que provêm dessa inovação contribuem para aumentar a competição, atraindo para o mercado o que Schumpeter denomina como imitadores. Desta forma, de um modo geral, verifica-se crescimento, designadamente devido a aumentos ao nível do investimento, e do emprego (Shikita e Bacha, 1998).

2.2.1.1.3.1 – Abordagens teóricas neo-schumpeterianas

Dado o ponto de vista de Schumpeter, relativamente ao papel das inovações como elemento fundamental para o entendimento da dinâmica económica, surgiram diferentes aprofundamentos a esta teoria realizados por autores comumente denominados neo-schumpeterianos.

De entre estes é de destacar Rosenberg, que sugere uma teoria de mudança técnica induzida baseada na necessidade “óbvia” e obrigatória de superar as restrições ao crescimento (Rosenberg, 1995).

Rosenberg evidencia a importante função que os constrangimentos tecnológicos desempenham para o desenvolvimento e considera que estes orientam novas soluções, baseadas essencialmente no estado de conhecimento relativo de uma tecnologia ou conjunto de tecnologias (Rosenberg, 1995).

Na abordagem de Rosenberg realce-se que este considera a actividade inovadora realizada sob condições de incerteza (estando, assim, perante uma racionalidade limitada, o que não ocorria nos modelos neoclássicos). É de evidenciar também que o processo de mudança tecnológica envolve relações complexas, cujos resultados não são conhecidos ex-ante, e que o nível de adopção de uma tecnologia, assim como a sua orientação, estão relacionados com as expectativas futuras desse progresso técnico. O nível de aprendizagem (*Learning By Using* ou *Learning By Doing*) influencia também a orientação da mudança tecnológica.

Uma das críticas formuladas a esta abordagem teórica do crescimento, baseada na indução de inovações, tem a ver com o facto desta tratar as alterações técnicas

como exógenas ao ambiente económico em que as empresas se encontram (Ruttan, 2001), facto que poderá contribuir para ineficiências, devido à desadequação a nível ambiental, bem como sócio-económico, ou cultural.

2.2.1.1.3.2 – Teoria evolucionista

A teoria evolucionista das alterações técnicas deriva, essencialmente, dos trabalhos de Nelson e Winter a partir de meados dos anos 70 (Ruttan, 2001)⁵⁰. Esta teoria foi identificada pelos próprios autores como “schumpeteriana”, já que, na interpretação que dão ao processo de alteração económica, não consideram necessário existir ligação entre invenção e inovação. Consideram a invenção como algo que enriquece o conhecimento mas que não possui, por si só, aspecto económico, enquanto que a inovação é a aplicação e transformação de conhecimento técnico e científico na resolução de problemas relacionados com a produção e com a comercialização, tendo por objectivo o lucro (Braga, 2005).

Nos modelos evolucionistas, um agente económico não é um otimizador. Ele está inserido num contexto institucional e tecnológico, mas nem sempre perfeitamente ajustado a esse contexto. A economia não é um sistema em equilíbrio. Em geral, não há um ajustamento perfeito entre instituições e tecnologia. Isto deve-se ao facto de cada uma delas provir de um passado histórico, - o seu histórico - e o ambiente de selecção actual poder não ser o mais favorável para as instituições ou tecnologias “históricas”. A economia será, desta

⁵⁰ Trabalhos publicados em 1973, 1974, 1975 e 1977 e que serviram de base à obra de Nelson e Winter, *Evolutionary Theory of Economic Change*, publicada em 1982.

forma, o resultado de um processo evolutivo onde as instituições e a tecnologia estão num processo permanente de reprodução e transformação, à semelhança da evolução das espécies, por via das mutações a que são submetidas devido à selecção do meio. Os evolucionistas explicam o comportamento das empresas com base em rotinas, pesquisa e selecção. Segundo Araújo (1989)⁵¹, “as empresas arrastam, através do tempo, certas rotinas que são caracteres hereditários (genes), apresentam mutações quando inovam e agem sobre o ambiente, quando fazem selecção económica de alternativas”.

Nelson e Winter, rotulados na respectiva literatura como evolucionistas, analisam de forma dinâmica o processo da mudança tecnológica. Estes autores consideram a rotina como o conjunto de técnicas e processos organizacionais, que incluem desde as actividades quotidianas, às inovadoras, e que caracterizam o modo como as mercadorias e serviços são produzidos. Associam à investigação um certo sentido, pelo que esta não se apresenta como um evento aleatório. As empresas encontram determinadas estratégias definidas dentro dos contornos de um paradigma (modelo). O processo de investigação contempla comportamentos de imitação de fácil acesso. A imitação pode referir-se a padrões intramuros ou extramuros se o desenvolvimento dos conhecimentos for realizado respectivamente, dentro ou fora das empresas. No padrão intramuros, as possibilidades técnicas da empresa são determinadas endogenamente; pelo

⁵¹ Citado por Shikida e Bacha (1998:117)

contrário, no extramuros, são determinadas exogenamente (Shikida e Bacha, 1998).

Associada aos conceitos de “rotina” e “busca” está a questão da *trajectória natural*. Isto não quer dizer que as mudanças técnicas são previsíveis, mas que podem ser tratadas como eventos decorrentes de procedimentos heurísticos, caracterizados por um ambiente de incerteza em que os resultados e esforços de inovação não são conhecidos *ex-ante*. O conceito de *trajectória natural* tem por base a existência de uma distribuição de probabilidades, na qual os eventos que representam uma ruptura radical com a base técnica passada são pouco prováveis (Shikida e Bacha, 1998).

A *selecção* tem a ver com a estrutura institucional, que varia de sector para sector. O ambiente de selecção pode ser *non-market* ou *market*. Na realidade, os mecanismos de selecção, que podem ser mercantis ou não mercantis, é que vão determinar a mudança técnica, definindo, dessa forma o êxito ou o insucesso de uma inovação. Segundo Nelson e Winter “a empresa inovadora procura a obtenção de lucros, actuando com racionalidade limitada, utiliza rotinas e mecanismos de pesquisa e adopta estratégias que serão sancionadas (ou não) por mecanismos de selecção, tanto mercantis como não mercantis” (Shikida e Bacha, 1998:119).

A abordagem de Nelson e Winter leva a concluir que a mudança tecnológica é um fenómeno produzido pelo processo competitivo. A sua contribuição foi significativa no que respeita à análise dinâmica do processo de inovação

tecnológica (Shikida e Bacha, 1998). Mas, apesar da importante contribuição dada por Nelson e Winter, existem algumas críticas quanto à sua tese, designadamente pelo facto desta se basear essencialmente em simulações que, raramente, têm sido sujeitas a testes empíricos. Daí que, a abordagem evolucionista seja seguida mais como “um ponto de vista” do que como uma teoria (Ruttan, 2001).

Tal como Nelson e Winter, Dosi é considerado uma referência na linha evolucionista, designadamente pela contribuição dada para o desenvolvimento dos conceitos de *trajectória e paradigma tecnológico*. Para Dosi, um paradigma tecnológico é um pacote de procedimentos que orientam a investigação sobre um problema tecnológico, definindo o contexto, os objectivos a serem alcançados e os recursos a serem utilizados. Enfim, um paradigma tecnológico representa um padrão de soluções de problemas técnico-económicos seleccionados. Um paradigma tecnológico é, em si mesmo, um dado estrutural resultante da acumulação de conhecimentos tecnológicos, de oportunidades de inovação e das características particulares derivadas das interações entre aspectos científicos, produtivos e institucionais. Assim, este pode e deve ser tratado em conjunto com os aspectos comportamentais que regem a difusão de inovações (Shikida e Bacha, 1998:120).

Tecnologia é, para Dosi, um conjunto de conhecimentos que podem ser práticos e/ou teóricos e que se aplicam ou não a uma determinada actividade. Esse conjunto envolve desde procedimentos a métodos, a experiências, a *Know-how*, assim como a mecanismos e equipamentos. Segundo este autor, a pesquisa de novas soluções técnicas em processos e/ou em produtos é tipicamente endógena e

contínua. Nesta óptica, é de considerar que a identificação da tecnologia implica a percepção de possíveis alternativas actuais e possíveis desenvolvimentos futuros.

A trajectória tecnológica (*trajectória dependente*) representa a forma como o paradigma tecnológico evolui. O paradigma tecnológico é quem determina as necessidades que deverão ser atendidas no seu interior. Porém, aspectos técnicos, económicos, sociais e/ou institucionais podem também influenciar as necessidades.

Para Albuquerque (1996), as trajectórias tecnológicas defendidas por Dosi confundem-se com os processos de busca e selecção de Nelson e Winter, pois as empresas buscam determinadas estratégias definidas a partir dos contornos de um paradigma e num ambiente onde está presente a incerteza. Ainda há a acrescentar que, segundo Dosi e Orsenigo (1990), é a existência de incerteza que implica a necessidade de instituições, para estabelecer ou estabilizar comportamentos e organizar as interacções e a coordenação entre os diferentes agentes económicos.

As abordagens neo-schumpeterianas permitem verificar o comportamento das empresas num quadro dinâmico de mudanças técnicas. Estas entendem também que o Estado pode ser considerado um interveniente directo no padrão de investigação para muitas empresas.

Como evidenciámos, estes três modelos de inovação técnica – o induzido, o evolucionista e o da trajectória dependente – não estão em sintonia em muitos aspectos e apresentam não só pontos fortes como algumas limitações. Porém, é de ressaltar como posição comum a todos eles, a discordância relativamente à

hipótese neoclássica da existência de uma função de produção comum, válida em todos os países e independente do capital humano, dos recursos e da disponibilidade de instituições. Por isso, consideraram como evidente que as diferenças nos níveis de produtividade e nas taxas de crescimento não podem ser resolvidas por simples transferência de capital e de tecnologia.

O desenvolvimento agrícola, que pode ter diferentes origens, não tem sido valorizado pela maior parte dos economistas do desenvolvimento. Uma das principais preocupações de Hayami e Ruttan (1998) foi identificar as condições necessárias ao crescimento da produtividade agrícola para que esta consiga induzir o crescimento de outros sectores.

2.2.2 – Teorias de Desenvolvimento agrícola

As teorias de desenvolvimento agrícola poder-se-ão integrar em seis tipos de abordagens gerais, privilegiando respectivamente: a exploração de recursos produtivos; a preservação dos recursos naturais; a localização da actividade; a difusão de tecnologias de produção; a utilização de factores com elevado rendimento e a inovação induzida (Hayami e Ruttan, 1998).

a) Ao longo da história, a exploração dos recursos naturais, designadamente a expansão de terras cultivadas, foi a principal origem do desenvolvimento agrícola de cariz mercantil. Todavia, actualmente, são poucas as regiões do mundo onde este modo de desenvolvimento continua a representar um factor eficaz de crescimento. No séc.XX assistiu-se à transição dum período, em que o aumento da produção agrícola mundial resultava essencialmente da expansão das terras

cultivadas, para um outro, em que o desenvolvimento das produções se deveu essencialmente a aumentos da frequência e da intensidade das culturas, induzindo, desta forma, aumentos de rendimento por hectare e por unidade de tempo. Tendo em consideração as produtividades marginais decrescentes da Terra, do Trabalho e do Capital, um crescimento agrícola, baseado num modelo deste tipo, não poderia ser mantido a longo prazo. Para se conseguir manter crescimento agrícola, seria necessário passar da exploração dos recursos à implementação de tecnologias, que permitissem preservá-los e/ou melhorá-los.

b) No modelo de preservação de recursos, os factores que intervêm no sistema de produção são, na sua maioria, produzidos pelo próprio sector agrícola. A relevância que este dá aos recursos naturais levou à formulação duma doutrina que estipula, em termos económicos, que os recursos são raros e que essa raridade se acentua com o crescimento económico, contribuindo para a alteração deste crescimento, bem como dos níveis de vida. Este modelo “conservacionista” associa as disparidades geográficas de desenvolvimento essencialmente a diferenças do ambiente natural e considera que a evolução dos sectores não agrícolas não têm uma intervenção explícita no processo de desenvolvimento agrícola.

c) Contrariamente, o modelo espacial considera que a urbanização/industrialização determina a localização da produção agrícola e influencia as técnicas e a intensidade das culturas. Explica, por isso, as diferenças geográficas de localização e de intensidade da produção agrícola, baseando-se, essencialmente, numa economia em vias de industrialização. Contudo, as políticas

de desenvolvimento agrícola baseadas neste modelo parecem não ter perspectivas nos países mais pobres, pois, frequentemente, o crescimento dos centros urbanos dá-se de forma anómala, devido a fluxos da população de zonas rurais, sem que se tenham verificado aumentos na procura de outros tipos de trabalhos nas zonas urbanas. Este modelo tem-se evidenciado com mais interesse para a explicação do desenvolvimento agrícola nos países industriais.

d) Pela abordagem “difusionista”, a disseminação de inovações surge como base conceptual do desenvolvimento agrícola. Constatou-se, porém, uma desadequação das políticas baseadas neste modelo de difusão. Programas de desenvolvimento social que nele se fundamentavam, explícita ou implicitamente, fracassaram, não suscitando nem a modernização rápida das explorações agrícolas tradicionais nem o crescimento rápido da produção agrícola. Assim, foi posta em causa a ideia de que um conjunto de técnicas podia ser directamente transferido de países com alta produtividade para outros onde a mesma era mais fraca.

Desta forma, nasceu a ideia de que as tecnologias agrícolas são efectivamente específicas de uma zona geográfica e que as técnicas elaboradas nos países desenvolvidos só raramente são mecanicamente transferíveis para os países menos desenvolvidos, cujos recursos e climas são diferentes.

e) Para Shultz (1961),⁵² o crescimento económico dum país, a partir do sector agrícola, depende sobretudo, da disponibilidade de factores modernos de produção agrícola. Este crescimento está associado a determinados factores de produção materiais e ao “*savoir faire*” (formação, conhecimento...), necessário para que sejam implementados com sucesso. Contudo, são poucos os factores de produção agrícola que, sendo utilizados com sucesso em sociedades tecnicamente avançadas, têm condições de ser postos em prática em sociedades pobres. O que é normalmente adaptável é um conjunto de conhecimentos que permitem produzir novos factores semelhantes, mas adaptados às condições específicas da agricultura de outras sociedades. Tal facto pressupõe que, para se conseguir desenvolvimento agrícola, seja necessário efectuar investimentos em estações experimentais agrícolas para produzir o saber técnico; em capacidade industrial para elaborar, produzir e fornecer os novos meios técnicos e na formação dos agricultores⁵³ para utilizar eficazmente esses factores de produção modernos.

Políticas baseadas neste modelo, de factores mais produtivos, geraram um crescimento agrícola bastante forte, capaz de dar resposta a exigências resultantes de um aumento da população e de rendimentos. Trata-se de um modelo bastante global que abrange conceitos de desenvolvimento agrícola “conservacionista”, “espacial” e “difusionista”. Evidenciou-se com uma importância especial nas políticas de desenvolvimento agrícola, devido, não só à aceleração que tem

⁵² Referido em Hayami e Ruttan (1998)

⁵³ Numerosos estudos demonstraram que tanto o rendimento privado como social do investimento na formação e na investigação é elevado.

provocado no processo de desenvolvimento e na difusão de técnicas e de factores de produção novos, como também aos investimentos públicos em investigação científica e em formação. No entanto, apesar do impacte, espectacularmente positivo, deste modelo de desenvolvimento agrícola, no que respeita a melhorias da produtividade do trabalho e da terra, tal como relativamente ao crescimento da produção agrícola, o mesmo não tem acontecido quanto ao seu impacte no nível de vida e na justiça social em meio rural. Estes factos contribuíram para que se formulassem inúmeras críticas, a propósito dos efeitos da modernização da produção agrícola e relativamente à distribuição dos rendimentos e à viabilidade de instituições em meio rural.

Este modelo, considera o investimento na investigação como gerador de técnicas novas e mais rentáveis. Porém, não explica como é que as condições económicas induzem a elaboração e a adaptação de um conjunto de tecnologias eficazes para uma sociedade particular, nem como é que o contexto económico induz a criação de instituições baseadas em fundos públicos, tais como as estações experimentais, para permitir aos indivíduos e à sociedade tirar um melhor partido das novas oportunidades técnicas. Também não especifica o processo de organização colectiva dos agricultores necessário para implementar infra-estruturas públicas.

f) Na teoria de inovação induzida Hayami e Ruttan (1998) advogam, que qualquer país ou região a desenvolver, para conseguir atingir um crescimento rápido da produtividade agrícola, deve produzir uma tecnologia adaptada ao seu ambiente e que se revele economicamente viável. Consideram ainda que o progresso técnico e a inovação institucional devem ser factores endógenos, que reagem às forças

económicas e defendem, como fundamental, saber como uma sociedade afecta os seus meios às diferentes actividades no sector, para perceber o processo de desenvolvimento agrícola.

Face aos constrangimentos associados aos modelos de desenvolvimento referidos anteriormente, a nossa investigação recorrerá à “Teoria da Inovação Técnica e Institucional Induzida” (Hayami e Ruttan, 1998; Ruttan, 2001)) que a seguir se explica.

2.2.3 – A Teoria das Inovações Técnicas e Institucionais Induzidas

A Teoria da Inovação Técnica e Institucional Induzida, desenvolvida por Hayami e Ruttan, é uma teoria “integrada” de desenvolvimento agrícola que vai para além das teorias de desenvolvimento económico e agrícola atrás mencionadas. Como avanços mais significativos relativamente às teorias existentes, é de referir que inclui os progressos técnicos e institucionais como endógenos ao sistema económico, orientados pelas condições da oferta e da procura. Esta teoria atribui também bastante importância às interacções recíprocas entre progressos técnicos e institucionais, e evidencia como estes são bastante influenciados pelas características culturais específicas de cada sociedade.

Considera que a capacidade dum país para assegurar um crescimento rápido da produtividade e da produção agrícola depende da sua capacidade em escolher a orientação técnica mais adequada. Por isso, para que uma teoria de desenvolvimento agrícola seja importante, deve integrar os mecanismos através dos quais uma sociedade escolhe, para a agricultura, o sentido óptimo do

progresso técnico. Tradicionalmente, o progresso técnico era considerado exógeno ao sistema económico, resultante de progressos em conhecimentos científicos e técnicos. Esta teoria da inovação induzida trata o progresso técnico como endógeno ao sistema económico, respondendo de maneira dinâmica às alterações nas dotações de factores e às alterações da procura.

2.2.3.1 - As inovações técnicas e institucionais induzidas

As novas técnicas são produzidas e implementadas para induzir a substituição de factores de produção raros (por isso mais caros), por factores de produção relativamente abundantes (portanto mais baratos).

Na agricultura podemos considerar as inovações técnicas incluídas, essencialmente, em dois grupos: as mecânicas e as biológicas.

A título de exemplo podemos referir, que em sítios onde a terra não abunda, variedades com elevados rendimentos são importantes para colmatar a escassez relativa de terra. Por outro lado, se estivermos perante uma raridade relativa de mão-de-obra, a mecanização permitirá que terra e capital se substituam ao trabalho.

Hayami e Ruttan (1998) consideram que as novas técnicas, os novos factores de produção e as novas oportunidades proporcionadas pelo progresso técnico são as causas fundamentais da inovação institucional na modernização das sociedades. Para se conseguir um crescimento contínuo da produtividade, pressupõem um processo dinâmico de ajustamento às dotações de factores iniciais e uma acumulação de recursos ao longo do processo histórico de desenvolvimento.

Pressupõem, também, uma reacção adaptada da parte das instituições culturais, políticas e económicas, de forma a concretizar o crescimento potencial oferecido pelas novas soluções técnicas.

Para estes autores, o desenvolvimento de uma agricultura moderna passa pela introdução contínua de novos conhecimentos técnicos e de factores de produção que incorporem estes novos conhecimentos. O contributo dos factores de produção novos deve ser complementado por investimentos na formação geral e prática dos agricultores. Enfim, deve ser acompanhado de esforços para adaptar as instituições às novas possibilidades de crescimento, permitindo, desta forma, concretizar toda a produtividade potencial dos novos conhecimentos e dos novos factores.

Defendem, também, que o elemento fundamental deste processo deve ser um sistema eficaz de trocas de informação sobre o mercado, entre agricultores, instituições públicas de investigação, empresas privadas de agro-indústrias, decisores políticos e administração. O bom funcionamento destas trocas de informação é a chave do sucesso para o progresso técnico, necessário ao desenvolvimento agrícola, tal como à economia em geral.

A importância dos factores económicos, nas decisões de afectação dos recursos⁵⁴, tanto nas empresas privadas como nas instituições públicas, dá um relevo

⁵⁴ Hayami e Ruttan, fundamentam a teoria da inovação induzida na análise sobre o desenvolvimento da agricultura no Japão e nos Estados Unidos. Confirmaram aí, que “os preços

particular à eficácia do sistema de preços. Para estes autores, sempre que os preços relativos foram falseados, devido a imperfeições de mercado ou a intervenções dos governos, verificaram-se distorções nas decisões de produção e nas políticas de inovação, tanto de empresas privadas como de instituições públicas.

Durante muitos anos, uma das premissas fundamentais do pensamento em economia do desenvolvimento referia que os constrangimentos institucionais representavam o principal obstáculo ao progresso técnico e à modernização da agricultura (Siman *et al*, 2006). Na teoria da inovação induzida, técnica e institucional, a necessidade de inovação institucional é entendida, não só como uma condição prévia ao desenvolvimento agrícola, mas também como uma reacção a novas possibilidades de valorizar recursos humanos e materiais (Hayami e Ruttan, 1998).

Quando se entra num processo de valorização dos recursos, é indispensável considerar a existência de relações complexas, pois há que ter em conta a disponibilidade de recursos, o contexto cultural e o nível de desenvolvimento técnico e institucional. Sem isto, surge o risco de não se obter viabilidade económica e/ou política (Hayami e Ruttan, 1998).

relativos dos factores e dos produtos têm um impacte considerável nas decisões de produção e nas inovações, tanto ao nível das explorações agrícolas como ao nível das empresas a montante que fornecem os factores necessários à agricultura” (Hayami e Ruttan, 1998:511).

2.2.3.2 - A inovação induzida e as instituições de investigação pública

“Na maior parte dos países onde as inovações técnicas foram difundidas com sucesso, como instrumento de modernização da agricultura, foram-no apoiadas em investigação agronómica confiada ao sector público” (Hayami e Ruttan, 1998: 127).

A investigação pública é uma norma geral de todos os países. A necessidade de implementar investigação pública tem a ver com o facto de inovações ou informações resultantes da investigação terem, frequentemente, atributos de bens públicos, isto é, serem caracterizadas pela não rivalidade, que reconhece que os bens ficarão disponíveis para todos, e pela não exclusão, quando é difícil retirar a utilização do bem aos que não pagam nada (Conceição *et al*). Por isso, se toda a investigação fosse deixada à iniciativa privada, não se poderia esperar um nível de oferta socialmente óptimo.

Como é sabido, a investigação agronómica, particularmente a que é dedicada ao progresso de técnicas biológicas, é geralmente caracterizada pela não exclusão. A protecção por patentes é inadequada. A própria natureza da produção agrícola faz com que seja difícil impedir a difusão de informação sobre as novas técnicas ou práticas. Acrescente-se ainda que a natureza aleatória da função de produção da investigação agrícola e o carácter de não exclusão geralmente associado ao produto desta (considerado um bem público), torna defensável o apoio público a este tipo de investigação, como colectivamente desejável, e pressupõe que investigação deste tipo deva ser levada a cabo por instituições governamentais, financiadas pelos impostos. Parte-se do princípio que o benefício colectivo

produzido pela investigação agronómica se irá reflectir em ganhos de rendimentos de consumidores e/ou de produtores.

Se a investigação agronómica fosse deixada inteiramente ao sector privado, resultaria num enviesamento importante na afectação dos recursos canalizados para a investigação. Estes iriam principalmente para tecnologias mecânicas, cujos resultados podem ser protegidos por patentes, e para técnicas biológicas, de que resultariam descobertas que podem ser protegidas por segredos comerciais. Assim, seriam negligenciadas áreas de investigação como o controlo biológico de insectos e de patogénicos ou melhorias nas práticas culturais e na gestão.

Pelo exposto, relativamente à investigação agronómica, é de evidenciar, que a organização colectiva ou a predominância de instituições públicas, especialmente nas ciências biológicas, pode ser considerada como uma inovação institucional destinada a corrigir o que de outra forma representaria uma distorção importante na afectação dos recursos da investigação.

Ruttan (2001) refere que uma das importantes lições que se pode retirar da experiência do desenvolvimento agrícola nos EUA e no Japão é relativa ao processo pelo qual foram desenvolvidas as inovações institucionais, que facilitaram inovações tecnológicas necessárias para sustentar o crescimento da produtividade agrícola. Considera que a mais importante inovação institucional, responsável pelo sucesso das inovações tecnológicas, consistiu no desenvolvimento de sistemas de educação e de investigação agrícola descentralizados e publicamente apoiados. Tanto a experiência dos EUA como a

do Japão são consistentes, já que consideram que o sector público deve ter um importante papel nos avanços da tecnologia biológica.

Sobre a centralização/descentralização da investigação pública concluíram que, “em geral, a centralização das decisões opõe-se ao processo de inovação induzida, pois esta depende duma articulação estreita entre os que fazem a investigação e os que a utilizam” (Hayami e Ruttan, 1998: 296).

A forma como Hayami e Ruttan conceberam o mecanismo de inovação induzida, na investigação pública aplicada ao sector agrícola, é muito semelhante à inovação induzida no sector privado. A principal diferença, relativamente à argumentação habitual, consistiu em fundamentar o mecanismo de incitação da inovação, não só na reacção das empresas, com vista a maximizar os seus benefícios perante as alterações de preços de mercado, como também sobre a reacção dos investigadores e responsáveis das instituições públicas face aos recursos disponíveis e à evolução económica.

Assim, consideram que os agricultores, devido às alterações dos preços, são levados a procurar técnicas que economizem os factores mais raros; que os cientistas e os responsáveis pela investigação, sensíveis a esta pressão, respondem disponibilizando novas técnicas e novos factores que permitam aos agricultores substituir, com benefício, os factores mais raros pelos mais abundantes. Desta forma, vão ao encontro das necessidades dos agricultores que defendem a redução dos custos unitários, e em defesa do óptimo colectivo.

Contudo, tem-se constatado, que os investigadores ou os responsáveis administrativos das instituições públicas, quando seleccionam o trabalho de investigação a levar a cabo, por vezes não têm em conta os preços de mercado e/ou as exigências dos agricultores. Normalmente, a sua principal motivação é debruçarem-se sobre temas que lhes permitam reconhecimento no emprego e/ou sucesso profissional. Por isto, os autores que se tem vindo a citar, consideram ser necessária a existência de um mecanismo que estimule estes investigadores, por dinheiro ou por prestígio, a dar contribuições para soluções de problemas importantes para a sociedade. Só assim lhes parece razoável supor que investigadores e responsáveis de programas de investigação pública poderão responder às necessidades da sociedade, tentando obter resultados que correspondam à procura social (Hayami e Ruttan, 1998).

É de realçar, também, que as vantagens retiradas pelos políticos das mudanças institucionais favorecem a implementação de novas técnicas e, desta forma, constituem um dos principais motores de inovação institucional⁵⁵. A teoria do progresso técnico induzido leva a compreender melhor as origens da inovação

⁵⁵ “A oferta de inovações institucionais depende da estrutura de poder ou do equilíbrio entre grupos de interesse de uma sociedade” (Ruttan, 2001:130). Se os esforços dos políticos, para introduzir uma inovação institucional com um ganho colectivo elevado, são recompensados por um maior prestígio e apoio político, então é muito provável que a inovação institucional desejável para a sociedade, possa ocorrer. Mas, se a inovação institucional acarreta uma perda para um bloco político dominante, a inovação pode ser inibida, embora fosse expectável um ganho líquido grande para a sociedade como um todo. Os benefícios conseguidos por grupos de interesses não contribuem para a criação de riqueza e acarretam custos. Estes custos correspondem a perdas de eficiência de mercado devido às intervenções governamentais e ao desperdício de recursos. Ruttan (2001) considera que falhanços no desenvolvimento, em muitos países, podem ter tido origem na falta de capacidade para potenciar a investigação agronómica devido a divergências entre benefício social da investigação agronómica e benefício privado que os políticos pretendem retirar desses processos.

institucional, incluindo o comportamento empreendedor dos políticos e dos funcionários, pois examina as forças que actuam para modificar a procura e a oferta de inovação institucional.

2.2.3.3 - A inovação induzida e as estações de experimentação e de transferência de tecnologias agrícolas

Na medida em que os recursos públicos são bastante limitados, há que fazer uma gestão racional dos meios a afectar à investigação agrícola.

Como é sabido as empresas privadas investem essencialmente nas investigações cujos resultados lhes pertencem em exclusivo, sob a forma de patentes ou de marcas comerciais difíceis de copiar. Os recursos públicos deverão ser afectados particularmente à investigação fundamental e ao progresso de técnicas biológicas.

A gestão de meios públicos com vista à organização da investigação agrícola de forma racional e eficiente exigirá, por um lado, a descentralização para permitir abordar problemas específicos das regiões e por outro, um reforço das equipas nas estações de investigação/experimentação centrais para a criação de Centros de investigação interdisciplinares de excelência.

Se os serviços resultantes de uma investigação se destinar essencialmente a um grupo de produtores, essa investigação agronómica deveria, eventualmente, ser desenvolvida por organizações profissionais especializadas. Contudo, como normalmente a maior parte dos produtos agrícolas é produzida por um grande número de agricultores de pequena dimensão, isso torna muito difícil e dispendioso um processo de implementação duma cooperação voluntária para

financiar investigação deste tipo. Há a referir, também, que a maior parte dos produtos agrícolas é caracterizada por uma fraca elasticidade preço/procura, resultando daí que a parte principal do benefício social, produzido pela investigação agronómica, tenha tendência a ser transmitida aos consumidores sob a forma de preços de mercado mais baixos. Pelo exposto, perante uma situação deste género, Hayami e Ruttan (1998) defendem que o custo desta investigação agronómica deve ser suportado, em grande parte, por toda a sociedade.

É de salientar que a relação dialéctica, que se estabelece entre os agricultores e os responsáveis administrativos e investigadores, é mais forte se os primeiros estiverem organizados local ou regionalmente em associações profissionais. Também aquela relação será mais forte se existir um sistema descentralizado de investigação pois, nestes casos, cada estação de experimentação agrícola assume a sua missão, de forma a contribuir para manter ou melhorar a posição concorrencial da agricultura da sua região.

Assim, se existirem organizações profissionais influentes⁵⁶ e um sistema de estações de experimentação, tentando dar resposta às exigências dos consumidores/clientes, os directores de estações experimentais e os investigadores reagirão mais facilmente às incitações económicas (Hayami e Ruttan, 1998).

⁵⁶ As acções colectivas, que levam à oferta de inovações institucionais, envolvem frequentemente conflitos entre grupos de interesses. Nesta perspectiva, a oferta de inovações institucionais é muito influenciada pelo custo de conseguir consenso social. O custo da inovação institucional depende da estrutura de poder dos grupos de interesses instalados. Mas, depende, também, de tradições culturais e ideologias, que fazem com que a organização de certas instituições seja mais facilmente aceite do que outras (Ruttan, 2001).

2.2.3.4 - Progresso técnico induzido de forma endógena / exógena

Sobre o progresso técnico e institucional induzido, Hayami e Ruttan (1998) consideram que, apesar de este dever ter em conta os recursos disponíveis, isso não significa que o progresso técnico deva ter um carácter exclusivamente induzido. Referem assim, que existe em simultâneo um aspecto “oferta” ou exógeno e um aspecto “necessidade” ou endógeno no processo de inovação tecnológica. A inovação técnica reflecte também os avanços da ciência e da tecnologia em geral. Progressos da ciência, que diminuam os custos de inovações técnicas e empresariais, podem exercer uma influência decisiva no progresso técnico, independentemente das modificações na proporção de factores utilizados ou na procura de produtos. Porém, mesmo nestes casos, a taxa de adopção e o impacto de inovações técnicas exógenas na produtividade serão bastante influenciados pelas condições da oferta de recursos e da procura de produtos.

Também Ruttan (2001), noutro contexto, alude à teoria de inovação induzida como o principal conceito para interpretar os processos conducentes às mudanças técnicas e institucionais. Porém, menciona que “não significa com isto, que tanto a orientação como o ritmo de adopção de inovações técnicas ou institucionais sejam totalmente endógenos”, pois “há que ter em conta que nem os mercados económicos nem os políticos se comportam com a precisão de um livro de texto”(Ruttan, 2001:137).

2.2.3.5 - Inovação induzida e política de desenvolvimento agrícola.

A análise levada a cabo por Hayami e Ruttan (1998) sobre o desenvolvimento da agricultura no Japão e nos Estados Unidos, bem como de processos em curso em

países em desenvolvimento, comprovou a capacidade das forças económicas para estimular a inovação, tanto técnica como institucional. Concluíram, desta forma, que, estratégias que protegem a agricultura da influência das forças económicas, em vez de investir nas instituições que permitam aumentar a sua capacidade de reacção e de adaptação, contribuem consideravelmente para uma redução na capacidade de participação da agricultura num crescimento económico global. Pelo contrário, alguns investimentos realizados em instituições públicas têm aumentado a capacidade de reacção do sector agrícola à evolução das condições económicas⁵⁷.

Existem, assim, alguns princípios, bastante fundamentados, sobre investigação agrícola, que condicionam directamente a produtividade dos investimentos em investigação científica (Hayami e Ruttan, 1998).

1 – Os resultados das investigações, para serem importantes para uma região, devem ser específicos dessa zona geográfica, dado que uma boa adaptação de uma técnica agrícola a uma determinada zona é função das condições ambientais e sócio-económicas da mesma. No que respeita à implementação de tecnologias, um sistema de investigação descentralizado, correctamente financiado e dirigido, utiliza melhor os seus meios que outros sistemas mais centralizados.

⁵⁷ Estes foram, no passado, considerados a “chave” para o desenvolvimento da agricultura em países como a Dinamarca, o Japão e os Estados Unidos.

2 – Para se conseguir uma produtividade óptima do sistema global de investigação é essencial que existam elos estáveis de comunicação entre as unidades do sistema descentralizado.

3 – Uma divisão de trabalhos entre a investigação privada e pública é essencial. As empresas privadas investem, essencialmente, nas pesquisas, cujos resultados lhes pertencem exclusivamente sob a forma de patentes ou marcas comerciais difíceis de copiar. Pelo contrário, os recursos públicos devem ser afectados, em primeiro lugar, à investigação fundamental e ao progresso das técnicas biológicas. Apresentando o sector público recursos limitados, não se justifica que este leve a cabo investigação nas áreas onde surgem para o sector privado incentivos ao seu desenvolvimento. Assim, a justa partilha de responsabilidades em matéria de investigação entre os sectores público e privado deve ser constantemente reavaliada.

4 – Uma característica adicional dum sistema de investigação agronómica viável reside no desenvolvimento de formação, inicial e permanente.

2.2.3.6 – Inovações induzidas: o desenvolvimento agrícola e o crescimento económico

Os principais constrangimentos ao desenvolvimento agrícola têm tido a ver com políticas que têm contrariado, em vez de induzido, as inovações técnicas e institucionais adequadas, daí resultando um afastamento crescente entre a capacidade de produção potencial e real da agricultura (Hayami e Ruttan, 1998).

As teorias do desenvolvimento, em geral, concordam que o desvio de recursos resultantes de acréscimos de rendimentos agrícolas para apoiar sectores não agrícolas será essencial para um desenvolvimento da economia. Todavia, têm existido diferentes abordagens sobre transferências de rendimentos e de recursos disponíveis a partir da agricultura.

Ainda segundo Hayami e Ruttan (1998), um sistema de mercado associado a uma estrutura descentralizada de explorações agrícolas familiares constitui um contexto favorável para que se criem instituições públicas ou privadas envolvidas na produção de novas competências técnicas e de factores de produção mais eficazes, que sejam a fonte de rendimentos suplementares gerados pelo sector. Consideram que o sistema de mercado não é eficaz só por aumentar a produção, mas é-o, também, por transferir ganhos de produtividade para outros sectores da economia.

Para que o progresso técnico na agricultura se traduza em crescimento económico é necessário que os novos sectores de produção, desenvolvidos graças aquelas transferências, produzam, por sua vez, transferências intersectoriais. Estes efeitos devem repercutir-se no sector agrícola ou atingi-lo por intermédio do mercado do trabalho. Devem ser capazes de apoiar investimentos necessários na formação e nas infra-estruturas públicas urbanas (Hayami e Ruttan, 1998).

A implementação dum sistema de mercado, mais eficiente, de bens e de factores, passa pela supressão de distorções resultantes de políticas governamentais.

Na maior parte dos países em desenvolvimento, a capacidade de passar duma agricultura baseada apenas na exploração dos recursos naturais, para uma agricultura apoiada pelo progresso científico (com capacidade de gerar um fluxo contínuo de inovações técnicas susceptíveis de responder à evolução das condições económicas, afectando a oferta de factores e a procura de bens) assenta num esforço importante de educação e de investigação. Dependerá igualmente da capacidade dos países em empreender as reformas institucionais necessárias para que os produtores agrícolas possam beneficiar das novas oportunidades técnicas que lhes são oferecidas (Hayami e Ruttan, 1998).

O sucesso de programas de desenvolvimento rural depende da existência de instituições locais representativas, facto que uma administração muito centralizada tem dificuldade em adoptar, devido à relutância em se aperceber das diversas necessidades das regiões rurais. A implementação efectiva de programas de desenvolvimento rural depende, em grande parte, da capacidade das instituições em mobilizar as forças económicas e políticas que estão disponíveis, de forma limitada, nas comunidades rurais (Hayami e Ruttan, 1998).

Hayami e Ruttan (1998) na sua teoria de desenvolvimento agrícola, consideram como componentes do sistema económico o comportamento económico dos fornecedores de conhecimentos e de novos factores de produção dos sectores privado e público, e a reacção das instituições às novas possibilidades económicas.

O desenvolvimento induzido deve ser acompanhado duma adaptação institucional. Isto implica, que o Estado deverá ser capaz de compreender que políticas devem ser implementadas, para modificar a dotação de recursos, com vista a aumentar a produtividade e facilitar a implementação de meios que levem ao desenvolvimento.

2.2.4 – Algumas críticas ao modelo de Inovação Técnica e Institucional Induzido de Hayami e Ruttan

Os pontos de vista de Hayami e Ruttan, relativamente à Teoria da Inovação Técnica e Institucional Induzida, foram sujeitos a algumas críticas. Os próprios autores dão respostas, às que consideraram mais pertinentes (Hayami e Ruttan, 1998).

Assim, evidenciam que Burmeister (1987)⁵⁸ sugeriu um modelo de “inovação dirigida” para contrapor à tendência de uma inovação induzida “imperfeita”, esta última devido a distorções dos mercados, que geralmente são derivadas de intervenções políticas ou de grupos de pressão. Essas distorções normalmente induzem o progresso técnico e institucional para ineficientes resultados económicos. Burmeister considerava “a inovação dirigida” ideal, pois a planificação dos programas de investigação-desenvolvimento seriam da iniciativa

⁵⁸ Burmeister, L. (1987) The Korean Green Revolution: Induced or Directed Innovation? *Economic Development and Cultural Change*, 35, April, 767-790 (referido por Hayami e Ruttan, 1998).

dos agentes do Estado, com vista a mobilizar o sector privado a integrar projectos nacionais, facilitando, desta forma, a entrada do país na competição económica mundial. Como demonstração para este ponto de vista, Burmeister (1987) realçou o sucesso obtido pela introdução da variedade de arroz *Tongil* na Coreia, tendo sustentado a explicação com base no modelo de “inovação dirigida”.

Hayami e Ruttan consideraram, porém, que o que se passou na Coreia correspondeu a um modelo “ultra – induzido”, pois o carácter autoritário do governo permitiu impor a criação e a difusão duma tecnologia apropriada, mais rapidamente do que se tivesse recorrido a um sistema de investigação e de vulgarização que respondesse aos mecanismos de mercado. Desta forma, os constrangimentos que actuariam sobre a inovação induzida, devido a um quadro institucional e a um espírito empreendedor insuficientemente desenvolvidos, foram ultrapassados por iniciativa política e administrativa. Hayami e Ruttan atribuem o sucesso verificado na Coreia ao papel motor desempenhado por uma intervenção esclarecida da administração e dos políticos, que potenciou o desenvolvimento económico e limitou jogos de poder dos grupos de pressão (Hayami e Ruttan, 1998).

Para Hayami e Ruttan a inovação “dirigida” ou “induzida” é uma falsa dicotomia, pois o verdadeiro problema será o de encontrar, nas classes política e administrativa, pessoas culturalmente preparadas para orientar os recursos públicos para a implementação e difusão de tecnologias apropriadas.

Koppel e Oasa (1987)⁵⁹ criticaram o carácter pretensamente neutro da teoria da inovação induzida.

Hayami e Ruttan explicitam que, no contexto dos seus trabalhos, utilizaram o termo “neutralidade” em dois sentidos, porém, qualquer deles, com uma conotação diferente da atribuída por Koppel e Oasa. Um deles, quando se referiam ao efeito do progresso técnico sobre as produtividades marginais relativas dos factores. Neste caso, se o progresso técnico aumentasse a produtividade marginal relativa a um factor e se isso levasse a uma substituição de factores (por exemplo de capital por trabalho ou de trabalho por capital) concluíam que a orientação do progresso técnico não era neutra. O outro, tinha a ver com o facto destes autores considerarem que a utilização, de “novas tecnologias” do tipo de adubos ou sementes, serem indiferentes (neutras) em relação à dimensão das explorações agrícolas.

Porém, para Koppel e Oasa (1987) o sentido atribuído ao termo “neutralidade” é diferente. Eles reportam-se aos efeitos do progresso técnico perante uma repartição muito desigual de recursos económicos. Neste sentido, Hayami e Ruttan consideram que a distribuição de rendimentos depende mais das instituições do que da tecnologia. Consideram, por isso, que tanto os investigadores como os engenheiros e os agrónomos deverão ser responsáveis

⁵⁹ Koppel, B. e E.Oasa (1987) Induced Innovation Theory and Asia's Green Revolution: A case study of an ideology of neutrality, *Development and Change*, vol.18, January, 25-67,(referido por Hayami e Ruttan, 1998).

relativamente às consequências económicas das investigações, e que a colectividade (o Estado) tem interesse em não deixar toda esta responsabilidade à investigação, sob pena de ter de renunciar a muitas das vantagens que advêm do progresso técnico.

Apesar dos autores estarem de acordo com as críticas formuladas relativamente ao facto de grupos de pressão poderem induzir inovações técnicas ineficientes, estes defendem que a aplicação dos meios à investigação, de acordo com o que foi enunciado anteriormente (2.2.3.5), permite aumentar a rentabilidade colectiva dos recursos.

Como resposta à crítica sobre o “mistério de Lipton”⁶⁰ os autores do modelo consideram que isto se deve ao facto do progresso técnico, sob a forma de variedades melhoradas, não ter sido suficientemente rápido para colmatar o efeito do empobrecimento, devido à pressão demográfica sobre recursos fundiários limitados.

Grabowski (1979)⁶¹ considerou que foram desvalorizadas incertezas, quando da inovação institucional, designadamente quanto às evoluções nas dotações dos factores e nos seus preços relativos. Sugeriu, por isso, que fossem tomadas em

⁶⁰ Denominou-se “mistério de Lipton”, o facto da aplicação de variedades melhoradas, por um período de quase trinta anos, não ter conseguido diminuir a pobreza.

⁶¹ Grabowski, R. (1979) The Implications of an Induced Innovation Model, *Economic Development and Cultural Change*, 27, July, 723-734 (referido por Hayami e Ruttan, 1998)

consideração, além das tradições culturais, factores como os custos de transacção e as estratégias não cooperativas.

Sobre este assunto acabado de referir, os autores assumem que os testes às hipóteses de inovação institucional induzida têm sido baseados essencialmente em estudos de casos.

Uma das críticas mais antigas e mais persistentes, relativamente à hipótese do progresso técnico induzido, tem a ver com o facto de se poderem verificar enviesamentos no progresso técnico para orientações não eficientes, devido a dualismos relativos a forças políticas ou económicas.

Os autores consideram que a teoria da inovação institucional surgiu, em parte, para tentar compreender e eliminar essas forças de pressão. Referem, porém, que a generalização do quadro conceptual de inovação técnica induzida, em particular a propósito dos efeitos da evolução das dotações factoriais e do progresso técnico no processo de inovação institucional induzida, tem sido objecto de críticas mais acérrimas do que a teoria do progresso técnico induzido em si mesma (Hayami e Ruttan, 1998: 525).

É de salientar, que se têm verificado, por vezes, problemas na coexistência de algumas tecnologias modernas e de amenidades ambientais, devido ao impacto negativo no ambiente, de algumas externalidades causadas pela intensificação da agricultura e da indústria. Como é do conhecimento, tem-se vindo a valorizar cada vez mais a ausência de resíduos e a existência de amenidades relacionadas com os recursos naturais que, até há pouco tempo, eram considerados bens livres. Por

isso, os autores consideram ser necessário reorientar o esforço científico e técnico em função da preocupação ambiental, concebendo instituições que forneçam as incitações necessárias para estimular uma investigação científica e técnica apropriada. Estas instituições deverão ser capazes de compatibilizar os objectivos individuais, os da colectividade e os da sociedade.

“A procura crescente de recursos ambientais de livre acesso e em propriedade comum, torna necessária a integração de projectos de instituições, compatíveis com estas incitações, na teoria de inovação induzida” (Hayami e Ruttan, 1998: 529).

Os autores do modelo reconhecem o problema, pelo que consideram ser necessário investigar para contornar impactos ecológicos negativos de algumas tecnologias agrícolas.

Para justificar a emergência de um novo padrão tecnológico será necessário tratar mais de perto as variáveis ecológicas, tecnocientíficas, institucionais, culturais, etc., que efectivamente intervêm no processo de geração de inovações. O tratamento insuficiente destas variáveis dificulta a emergência de um novo padrão tecnológico compatível com esta realidade (Romeiro, 1991).

3. METODOLOGIA

3.1 - Justificação da metodologia

O objectivo desta investigação é definir estratégias competitivas para a citricultura algarvia. As hipóteses a testar estão subjacentes ao quadro conceptual e teórico deste trabalho.

É sabido que, a citricultura algarvia se desenvolveu, essencialmente, em mercado fechado e tem vindo a defrontar-se com uma concorrência crescente, não só por parte dos diferentes parceiros da União Europeia (desde 1992) como também por parte dos diferentes países produtores de citrinos a nível mundial (acordos da OMC).

Tem-se vindo a constatar: diminuição dos preços médios dos citrinos ao produtor; aumentos nos preços dos factores de produção, bem como nos bens de investimento; alterações de exigências por parte da procura, tanto por parte da procura final como nos diferentes níveis da fileira; importações crescentes de citrinos, bem como de seus substitutos.

Foram tomadas medidas de política, tanto do ponto de vista técnico como institucional, com vista a potenciar a valorização dos citrinos do Algarve perante os da concorrência, a saber: no âmbito das medidas Agro-Ambientais, implementou-se a Protecção Integrada nos citrinos, em 1995; foi instituída uma Indicação Geográfica Protegida (IGP - “Citrinos do Algarve”) em 1996 e foi criado o Centro Tecnológico de Citricultura (CTC) em 1999.

Contudo, constatou-se que estas medidas se traduziram em insucesso, por estarem desajustadas à realidade citrícola algarvia. Efectivamente, as medidas tomadas,

quer do ponto de vista técnico, quer institucional, foram concebidas de forma exógena, não tendo em conta os estrangulamentos com que o sistema citrícola do Algarve se debate há anos.

Considerámos, por isso, que faltam estratégias técnicas e institucionais adequadas, que permitam à citricultura exprimir o seu potencial valor sócio-económico.

A escolha do método de análise, modelo de Inovação Técnica e Institucional Induzido de Hayami e Ruttan, deveu-se ao facto de se tratar de um modelo de desenvolvimento endógeno que, como ficou evidente anteriormente⁶², responde a questões do tipo daquelas com que nos confrontamos. É de acrescentar que se trata de um modelo conceptual com vista ao desenvolvimento da agricultura, resultante de uma investigação continuada, levada a cabo em diferentes zonas do mundo, há mais de trinta anos (Hayami e Ruttan, 1971; Hayami e Ruttan 1985/1998; Ruttan, 2001)

De referir que estes autores apontam como factores críticos, capazes de induzir inovações técnicas e institucionais, as alterações nos ambientes externos às instituições, organizações e agentes. Vêem as informações e os incentivos transmitidos pelos mercados, como um dos factores mais influentes na sociedade moderna e como particularmente poderosos na indução de alterações, tanto ao nível tecnológico como institucional. Advogam que, as alterações técnicas, tal como as institucionais, desenvolvidas de forma endógena e, tendo em conta o

⁶² no enquadramento teórico.

ambiente físico, social e económico, são fontes importantes e interdependentes do crescimento económico (Ruttan, 2001).

Pelo exposto anteriormente e com vista à definição de estratégias para a citricultura algarvia, considerámos o nosso trabalho composto por duas partes:

- Uma primeira, na qual se fez a análise e diagnóstico do ambiente geral com vista a identificar os condicionalismos, oportunidades e ameaças com que se depara o sistema citrícola algarvio.

- Uma segunda parte, que integra uma análise do sistema citrícola algarvio, consumidores, fornecedores e principais canais de distribuição (clientes), com vista à identificação dos estrangulamentos, que inviabilizam a capacidade de dar resposta aos consumidores, bem como aos principais canais de distribuição, impedindo, por isso, o desenvolvimento do sistema citrícola de acordo com “a teoria do progresso técnico e institucional induzido”(Hayami e Ruttan,1998).

3.2 - Metodologia adoptada

Para identificar o conjunto de ameaças e oportunidades que a conjuntura apresenta ao sistema citrícola algarvio e o conjunto de forças e debilidades que este evidencia em relação aos factores competitivos que definem o seu campo de actividade, a nossa análise contemplou um diagnóstico do contexto geral, uma análise sectorial, bem como a determinação do posicionamento das empresas perante a problemática actual do mercado.

3.2.1 - Análise do contexto geral

A primeira parte do trabalho visou a análise do enquadramento geral da citricultura do ponto de vista sócio cultural, político, legal e económico. Esta foi feita recorrendo a uma consulta de bibliografia sobre o tema e ao tratamento de dados estatísticos (dados da FAO, para a análise do mercado mundial de citrinos e das suas projecções; dados do INE sobre a produção, a importação e a exportação de citrinos de Portugal). Identificaram-se, desta forma, condicionalismos para o sector citrícola algarvio que evidenciamos no Capítulo 4.

Pela análise da produção do Algarve, bem como da exportação e da importação de citrinos por Portugal, concluímos que os citrinos do Algarve se destinam essencialmente ao consumo nacional.

Assim, tendo presente que, subjacente a qualquer estratégia competitiva deve estar a qualidade e que esta visa dar resposta às exigências e aos anseios dos consumidores, procedeu-se à identificação dos atributos de qualidade dos citrinos que são determinantes para o consumidor português (factores competitivos), à

qualificação atribuída pelos consumidores nacionais aos citrinos do Algarve relativamente a citrinos de outras origens, bem como à identificação das características que lhes conferem reputação (Capítulo 5.1).

As questões colocadas aos consumidores nacionais, sobre este tema, foram incluídas num inquérito construído para um estudo do mercado de citrinos, a nível nacional, da responsabilidade do Centro Tecnológico de Citricultura, o qual contou com a colaboração da autora deste trabalho (Apêndice 1a). As entrevistas foram levadas a cabo pelo GEMEO (Gabinete de Estudos de Mercado e Opinião).

Sobre a ficha técnica do estudo de mercado, é de evidenciar que:

- A base de sondagem incluiu os lares de Portugal Continental, existentes em localidades com mais de 10.000 habitantes, segundo o censo de 2001;
- A população alvo constou dos consumidores finais de citrinos;
- O método de amostragem consistiu na identificação de uma amostra estratificada segundo as variáveis região (classificação Nielsen) e habitat (dimensão da população);
- Nas áreas geográficas identificadas, o número de observações a realizar foi definido proporcionalmente à distribuição da sua população (Quadro 3.1). As localidades (pontos de amostragem) foram, dentro dessas regiões, seleccionadas de forma aleatória a partir da lista censitária;

Quadro 3.1 – Amostra estratificada dos Consumidores Nacionais, por Regiões.

Unidade: Indivíduos.

Região	Quantidade	Frequência
Área I: Grande Lisboa	300	30%
Área II: Grande Porto	120	12%
Área III: Litoral Norte	200	20%
Área IV: Litoral Sul	100	10%
Área V: Interior Norte	120	12%
Área VI: Interior Sul	60	6%
Área VII: Algarve	100	10%
Total de Observações	1000	100%

Fonte: Quadro AP-1b.1

A selecção dos entrevistados foi realizada pelo método de quotas, segundo a variável escalão etário;

A dimensão da amostra foi de 1000 lares;

O método de inquirição foi a entrevista directa e pessoal ao principal responsável pelas compras do lar e o período em que decorreram os inquéritos foi de 17 de Novembro de 2003 a 17 de Fevereiro de 2004.

3.2.2 - Análise do contexto sectorial

A análise do ambiente mais próximo às empresas, o ambiente sectorial, é fundamental para qualquer estratégia. Assim, após identificar as oportunidades e ameaças que o ambiente apresentava para as empresas do sector, o objectivo foi analisar o contexto sectorial, isto é, estudar a estrutura do sistema citrícola algarvio e os recursos e capacidades das empresas. Por outras palavras, procurou-se analisar factores determinantes da rentabilidade.

O conhecimento de como a estrutura sectorial influencia o comportamento competitivo que, por sua vez, determina a rentabilidade, é fundamental para a formulação de qualquer estratégia empresarial.

A compreensão do modo como as empresas funcionam no mercado ajuda na identificação das ameaças e oportunidades e na obtenção de vantagens competitivas no sector (Capítulo 5.2).

O conhecimento dos factores competitivos do sector permite evidenciar como se pode mudar a estrutura do sistema e o seu comportamento com a finalidade de aumentar a rentabilidade (Capítulos 5.3 e 5.4).

Assim, tendo em conta que o núcleo do ambiente sectorial é constituído pelos agentes económicos que participam nas suas relações comerciais, isto é, clientes, fornecedores e concorrentes, a metodologia adoptada para o efeito constou de uma “entrevista estruturada” a uma amostra representativa dos agentes de comercialização dos citrinos do Algarve com central fruteira nesta região e que, após a preparação e normalização, procedem à primeira venda destes.

3.2.2.1 - Entrevista aos agentes de comercialização

3.2.2.1.1 - O Inquérito

Em primeiro lugar, para a definição das questões a introduzir no inquérito, houve necessidade de compreender a situação da actividade, isto é, entender o funcionamento destes agentes e apreender as principais dificuldades sentidas ao nível da comercialização dos citrinos do Algarve, no que respeita ao produto, ao

mercado, bem como às exigências legais. Para o efeito, foram levadas a cabo 12 entrevistas “abertas” a operadores com peso económico na região. Seguiu-se a elaboração dum inquérito piloto, inquérito este que foi testado junto de 4 agentes com vista a verificar a exequibilidade da entrevista e “fechar” algumas respostas;

Aos passos referidos anteriormente, seguiu-se a elaboração do questionário de suporte à entrevista (Apêndice 2a) a levar a cabo junto dos agentes da comercialização. Este ficou dividido em 2 partes:

Uma primeira parte, que teve por objectivo recolher elementos, que permitissem perceber onde e como os referidos agentes adquirem os citrinos que transaccionam, compreender os fluxos dos citrinos do Algarve (dados quantitativos), identificar os atributos de qualidade dos citrinos para os diferentes canais de distribuição, bem como fazer o diagnóstico das centrais fruteiras, relativamente às condições de laboração (exigidas pelo mercado e pela legislação em vigor) e ainda sobre a predisposição para investir, nos casos em que tal seja considerado necessário. Em síntese, esta primeira parte visou compreender como funcionam os agentes de comercialização e identificar questões chave para o futuro;

A segunda parte teve como objectivo a compreensão das razões subjacentes à adesão destes agentes à IGP, “Citrinos do Algarve”. Esta parte incluiu questões acerca do conhecimento (ou desconhecimento) desta forma de diferenciação dos citrinos do Algarve, por parte dos agentes. Aos que a conheciam, foi-lhes colocada a questão sobre se tinham ou não pedido autorização de uso e, em caso

afirmativo, se a utilizaram ou não. Se não utilizaram, era-lhes perguntado o porquê, e se utilizaram, que tipo de vantagens tiraram da utilização desta diferenciação. Tentou-se também, compreender as razões que levaram alguns agentes que, conhecendo esta forma de diferenciar os citrinos, não pediram autorização de uso.

Aos que conheciam ou utilizaram a IGP, “Citrinos do Algarve”, colocaram-se algumas questões sobre as regras incluídas no caderno de especificações e que estão subjacentes à certificação como IGP, no que respeita à produção, ao produto, aos requisitos para pedir utilização de uso, bem como sobre o organismo gestor da IGP e a entidade certificadora. Por outras palavras, o objectivo era compreender se os agentes de comercialização consideram que aquelas regras são adequadas para valorizar os citrinos da região do Algarve.

3.2.2.1.2 - Definição de uma amostra representativa

Para a definição da amostra, em primeiro lugar, houve que proceder à identificação do universo e sua caracterização, com vista a conseguir uma estratificação que permitisse a definição de uma amostra representativa.

Não existindo nenhuma base de dados oficial que, isoladamente, nos permitisse identificar e caracterizar este universo, recorremos ao cruzamento de dados disponíveis em diferentes fontes para concluir sobre a nossa população alvo.

Para o efeito, a Base de Belém do INE permitiu-nos a identificação das sociedades comerciais que laboram no sector fruticultura (CAE – 1131). Completámos esta base de dados com uma listagem disponível na Direcção de Serviços de

Fiscalização e Controlo de Qualidade da DRAALG, relativamente aos agentes que operam no sector hortofrutícola. Estas bases de dados permitiram-nos identificar 139 agentes. Contudo, não havia a garantia destes agentes ainda laborarem em 2004, pois tratava-se de agentes que comercializavam hortofrutícolas em 2001. Houve, por isso, que confirmar se efectivamente eram empresas, individuais ou colectivas, que estando sedeadas no Algarve comercializavam citrinos nessa altura.

Esta tarefa de identificação dos agentes, que comercializavam citrinos no Algarve, foi feita através de uma sondagem a “*stakeholders*” do sector com liderança comprovada na região⁶³. Por fim, foi feito contacto telefónico com alguns agentes não identificados por estes “*stakeholders*”, para que nos confirmassem (ou não) se tinham calibradora e se comercializavam citrinos da própria exploração ou de outros. Assim, foi identificado um universo de 86 agentes.

Uma vez que as entrevistas a levar a cabo tinham em vista, essencialmente, a identificação e caracterização dos canais de distribuição dos citrinos do Algarve, os padrões de qualidade que lhes estão associados, bem como a capacidade de resposta dos agentes às qualidades que lhes são exigidas, houve que encontrar

⁶³Estes “*stakeholders*” foram os seguintes: um agente de fiscalização e controlo; um responsável e um funcionário administrativo da central citrícola, cooperativa e OP mais antiga do Algarve; o intermediário grossista que, aparentemente, detém maior quota na comercialização de citrinos do Algarve e que está sedado na região há cerca de 30 anos; um responsável e uma funcionária administrativa de uma OP reconhecida recentemente; dois irmãos que, detendo uma empresa familiar, comercializam citrinos no Algarve há mais de 20 anos.

uma amostra representativa da forma como se processa a comercialização dos citrinos do Algarve. Com este objectivo, definiu-se uma amostra estratificada.

A determinação da amostra teve em conta diferentes tipos de procedimentos:

No que respeitou à sua dimensão, e como refere Bryman e Cramer (2003:116), “não existe uma resposta única e definitiva para o problema mas apenas podemos seguir algumas orientações”. Por isso, a definição do número de entrevistas a realizar teve em conta:

- As limitações de tempo e de meios disponíveis, inerentes a investigações desta natureza.
- Que, quanto maior a relação $(n/N)^{64}$, maior a precisão, mas também que “a partir de um certo nível, o aumento de precisão devido ao aumento do número de elementos acaba por não ser notório, o que torna economicamente inaceitável a procura de maior precisão” (Bryman e Cramer, 2003:116).
- O problema das “não respostas”, pois, quando se leva a cabo um inquérito existe sempre alguma percentagem de não respostas.
- O tipo de análise que se pretendia empreender, isto é, as técnicas de análise de dados que se previam aplicar (Bryman e Cramer, 2003).

⁶⁴ n = dimensão da amostra, N = dimensão do universo.

Assim, sabendo que o número de empresas em actividade se situava em 86, que necessitávamos de, pelo menos, 30 observações (entrevistas) para fazer testes paramétricos sobre médias e de 50 para aplicar uma análise factorial (Pestana e Gageiro, 2003), optámos por realizar 55 entrevistas, um pouco mais do que 50, a fim de fazer face a algumas “não respostas” que provavelmente iriam ocorrer.

A estratificação do universo foi feita de acordo com a natureza jurídica dos agentes: Organizações de Produtores (OP); Sociedades Comerciais não OP e Empresas em nome individual que actuam no sector. Procedeu-se, por isso, à ordenação dos agentes segundo a sua natureza jurídica atribuindo-lhes um número.

Quadro 3.2 – Estratificação da amostra dos agentes de comercialização dos citrinos, no Algarve

Natureza Jurídica do agente de comercialização	População alvo	Amostra
Sociedades Comerciais não OP	23	15
Empresários em nome individual	53	34
Organizações de Produtores (OP)	10	6
Total	86	55

A amostra distribuiu-se proporcionalmente pelos diferentes estratos, 15 ($55/86 \times 23$) Sociedades Comerciais não OP; 34 ($55/86 \times 53$) Empresas em nome individual e 6 ($55/86 \times 10$) Organizações de Produtores (Quadro 3.2). Os agentes a entrevistar foram identificados de forma aleatória, utilizando para o efeito a função “Random” do programa informático SPSS (Statistical Package for Social Sciences), relativamente à numeração atribuída em cada estrato.

Para a recolha dos dados, as entrevistas foram realizadas presencialmente pela autora deste trabalho de investigação e, sempre que possível, na própria estação fruteira.

As entrevistas decorreram de Julho a Setembro de 2004, por ser a altura do ano com menor movimento nas centrais citrícolas do Algarve. Os agentes deveriam estar, nessa altura, mais disponíveis para uma entrevista, que se sabia, à partida, demorar no mínimo cerca de hora e meia.

Tratou-se de um trabalho árduo (devido, não só à dispersão da amostra, mas também e, especialmente, devido à conotação do inquiridor com um eventual agente de fiscalização, de alguém que vinha dum organismo oficial⁶⁵).

3.2.2.1.3 - Tratamento e análise dos dados

O tratamento e análise dos dados, teve em vista a compreensão do funcionamento do sistema citrícola algarvio. Em particular, procurou-se identificar: os principais canais de distribuição dos citrinos do Algarve; as “qualidades” associadas aos diferentes canais de distribuição; a adequação das centrais fruteiras às condições exigidas pela legislação em vigor; a adequação das centrais fruteiras às exigências da IGP, “Citrinos do Algarve”; como é que os agentes de comercialização adquirem os citrinos que comercializam e que apoio técnico dão aos seus fornecedores; quais os objectivos subjacentes aos investimentos nos últimos 10

⁶⁵ Efectivamente, muitos agentes, referiram que, quando eram visitados por alguém de organismos oficiais o objectivo da visita, era fiscalizar e multar e não informar.

anos e se a decisão de investimento se relacionou com o tipo de agente de comercialização e com os mercados para onde se destinaram os citrinos; que quantidades de citrinos do Algarve são comercializadas através de OP⁶⁶, para a indústria e para consumo em fresco. Por fim, procurou-se que a nossa amostra reflectisse uma “Nova Tipologia” de agentes (produtores, OP, intermediários grossistas com ou sem produção própria) pois entendemos, a partir desta, conseguir perceber melhor a realidade local.

O tratamento dos dados, recolhidos nas entrevistas, foi feito recorrendo a folha de cálculo Excel e ao SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Primeiramente, foi criada uma base de dados em Excel, apenas com os dados quantitativos, que nos proporcionou uma percepção geral da comercialização dos citrinos e, posteriormente, foi criada a base de dados no SPSS.

Canais de distribuição dos citrinos do Algarve

Com vista à identificação dos principais canais de distribuição dos citrinos do Algarve, do ponto de vista económico, houve que estimar a produção total comercializada de citrinos do Algarve, a quantidade de citrinos do Algarve que se destinou à indústria, bem como a quantidade de citrinos que foi comercializada para consumo em fresco pelos diferentes canais de distribuição. Foi, por isso, necessário:

⁶⁶ As OP detêm um “fundo operacional” com vista à promoção e implementação da qualidade.

- Calcular a produção média comercializada por agente, tanto para a indústria como para consumo em fresco;
- Identificar, relativamente aos agentes que comercializaram citrinos para consumo em fresco, as produções médias comercializadas por agente para os diferentes canais de distribuição, bem como o número de agentes envolvidos nessa comercialização (observações constatadas). Com esse objectivo, utilizou-se o programa informático SPSS para a determinação das médias, desvios padrão e intervalos de confiança (de 95%) para as diferentes formas de comercialização dos citrinos do Algarve (Quadro 2b.1).

Qualidades exigidas pelos diferentes canais de distribuição

Tendo em conta que a qualidade é um dos factores principais onde se regulam os comportamentos económicos (Sylvander, 1992) e estando a qualidade no domínio da incerteza, torna-se muito importante a definição da(s) qualidade(s) a que se referem os actores.

Com vista a definir a(s) qualidade(s) associada(s) aos diferentes canais de distribuição, foi feito o tratamento dos dados recorrendo ao programa informático SPSS⁶⁷ e ao Excel. Para o efeito, seguiram-se diferentes passos, com vista a

⁶⁷ A análise das exigências de qualidade que estão associadas aos diferentes canais de distribuição, feita com base numa análise factorial por componentes principais, esteve inviabilizada devido, não só ao tipo de variáveis em presença (nominais), como também e sobretudo, ao número de observações, para cada canal de distribuição, ser inferior ao mínimo exigido para utilizar este método de análise. O mínimo de observações requeridas é de 50, facto que foi acautelado quando da definição da amostra (55). No entanto, constatámos que os diferentes agentes de comercialização não utilizam todos os canais de distribuição, o que inviabilizou a utilização deste

conseguir alguns indicadores, que nos permitissem concluir sobre as exigências ao nível de qualidade(s) nos diferentes canais.

1.º - Utilizando a base de dados construída no SPSS, foi feita a recodificação das variáveis utilizadas (escala de Likert⁶⁸) no inquérito para caracterizar a importância atribuída pelos clientes dos diferentes canais de distribuição, aos atributos de qualidade (1- totalmente sem importância; 2 – pouca importância; 3 – importância média; 4 – muita importância; 5 – altamente importante), passando esta a codificar-se como: 1 – nenhuma ou pouca importância (o somatório das frequências relativas às variáveis iniciais 1 e 2); 2 – importância média (a frequência relativa à variável inicial 3); 3 – muita importância (o somatório das frequências relativas às variáveis 4 e 5).

2.º - Procedeu-se à análise descritiva (frequências) dos dados associados às variáveis recodificadas para os diferentes canais.

3.º - Com vista a uma apresentação sintética das frequências relativas aos diferentes graus de importância para cada atributo de qualidade por canal de distribuição, foi elaborado um quadro em Excel onde cada grupo de 4 colunas sintetiza a caracterização de cada canal de distribuição e cada linha permite

método. A acrescentar aos argumentos anteriores enunciados alguns autores [Hair *et al* (1995), Lattin *et al.* (2003), e Pestana e Gageiro (2003)] defendem que esta técnica só pode ser utilizada em variáveis métricas (quantitativas).

⁶⁸ Utilizando uma escala de Likert, os inquiridos, neste caso, relacionaram cada um dos atributos de qualidade mencionados de acordo com uma escala de 1 a 5.

identificar as frequências relativas ao grau de importância para cada atributo de qualidade (Quadro AP - 2e.1).

4.º - A construção, em Excel, de um outro quadro com base nos dados das frequências conotadas como de muita importância e relativas aos diferentes atributos de qualidade, permitiu-nos visualizar, de forma mais clara, as principais diferenças ao nível das exigências verificadas nos diferentes canais (Quadro AP - 2e.2).

5.º - Os principais atributos de qualidade (critérios de compra), associados aos canais de distribuição com maior importância económica e social, foram identificados com base nas frequências dos atributos de qualidade, conotados como de muita importância e cuja ordenação foi feita de forma decrescente (Quadros AP - 2e.3 e 2e.4). Analisámos, desta forma, o comportamento dos clientes (distribuidores), no que respeita à importância dada a diferentes tipos de atributos.

Adequação das centrais fruteiras às condições exigidas pela legislação em vigor e pelo caderno de especificações da IGP, “Citrinos do Algarve”

Tendo em conta que a qualidade depende do conjunto de comportamentos e estratégias dos actores, a nível individual, profissional ou institucional, e que, como se evidenciou, a qualidade é um dos factores principais onde se regulam os comportamentos económicos, a nossa investigação teve em vista, também, esclarecer aspectos internos das empresas relativamente ao cumprimento de normas legais.

Para verificar se as centrais fruteiras cumprem as condições de laboração exigidas pela legislação em vigor, utilizámos a base de dados SPSS, construída para a análise estatística dos dados recolhidos nos inquéritos, procedendo à análise descritiva das respostas sobre esta matéria, utilizando, para o efeito, a construção de tabelas de contingência cruzando “a tipologia segundo a constituição jurídica” com o nível de cumprimento (“cumpre”, “não cumpre” ou “não sabe se cumpre”) das exigências legais ao nível de instalações, equipamentos, meios de transportes utilizados, resíduos, abastecimento de água, saneamento básico, pessoal, sistema de auto-controlo, bem como para a IGP, “citrinos do Algarve”.

Para facilitar a análise construiu-se uma tabela em Excel, onde foram introduzidas as frequências dos agentes que cumprem, por linha, relativamente a cada tipo de agente, e por coluna, relativamente a cada imperativo legal (Apêndice 2c: Quadros AP-2c.5 e AP-2c.6).

Gestão da qualidade

A definição e gestão da qualidade podem desempenhar um papel importante na coordenação económica⁶⁹. Por isso, foi importante compreender o funcionamento do sistema e ter em conta que os citrinos, que os agentes entrevistados comercializam, podem ser adquiridos de formas diferentes, e estas exercem uma influência decisiva na gestão da qualidade do produto. Os citrinos comercializados pelos agentes podem ser das suas explorações, das dos seus

⁶⁹ Entende-se por coordenação económica, o conjunto das acções que concorrem para organizar as relações entre os actores económicos.

associados ou adquiridos através de contratos de compra/venda de frutos pendentes, os chamados “arrendamentos”, e nestes casos, os agentes poderão eventualmente planejar a gestão do produto. Se os citrinos forem adquiridos nas explorações, a quilo (fruta já colhida ou na árvore), bem como no armazém a agricultores e/ou a ajuntadores, os agentes não poderão fazer qualquer planeamento.

Relativamente à forma como os agentes adquirem os citrinos do Algarve que comercializam e ao apoio técnico dado por estes agentes aos seus fornecedores, a análise assentou em tabelas de contingência construídas para o efeito em SPSS e posterior organização em quadros Excel (Apêndice 2c: Quadros AP-2c.3, AP-2c.4).

Identificação de uma “nova” tipologia

Os agentes de comercialização de citrinos, empresários em nome individual ou sociedades não OP, surgem no sistema citrícola como produtores⁷⁰ ou como intermediários grossistas. Tal facto levou-nos a identificar uma outra tipologia para os agentes de comercialização dos citrinos, considerando como “Produtores” se da produção comercializada, mais de 75%, era proveniente de suas explorações ou das dos seus associados, caso contrário foram considerados como

⁷⁰ O tratamento dos dados das entrevistas, relativamente ao papel que os diferentes agentes que comercializam os citrinos do Algarve desempenham no sistema citrícola, permitiram-nos encontrar uma outra tipologia, que nos conduziu a uma melhor compreensão sobre o sistema citrícola algarvio. Considerámos, assim, como agentes de comercialização, os produtores, os intermediários grossistas com ou sem produção própria e as organizações de produtores sedeados no Algarve.

intermediários grossistas. Procedeu-se à desagregação dos intermediários grossistas em “com produção própria” e “sem produção própria”, tendo em vista tentar perceber se existem estratégias diferenciadas subjacentes a cada uma destas figuras.

Fez-se, por isso, a reanálise dos dados recolhidos nas entrevistas considerando esta nova tipologia.

Identificação do problema

Para a identificação de problemas que têm a ver com estratégias adoptadas, tivemos em conta o atributo de qualidade mais valorizado pela maioria dos canais de distribuição utilizados pelos citrinos do Algarve.

Procedemos à identificação dos principais factores que condicionam esse atributo de qualidade/critério de compra com um nível de exigência bastante elevado por parte dos principais canais de distribuição dos citrinos do Algarve, bem como do consumidor final – “o aspecto exterior dos citrinos”.

A identificação dos factores que condicionam o aspecto exterior dos citrinos, foi feita através de consulta de bibliografia da especialidade (Apêndice 2f), seguida de entrevistas a técnicos da especialidade (11), que actuam no campo e/ou nas centrais fruteiras para, desta forma, concluir de entre tantos factores condicionantes, quais os que estes consideravam mais relevantes para a desvalorização, no mercado dos citrinos do Algarve, para consumo em fresco.

Investigámos então, que meios de luta (tecnologias) estavam disponíveis, para os modos de produção dominantes na citricultura algarvia (Protecção Integrada e Luta Química Convencional), com vista a um combate eficiente dos agentes que provocam os defeitos que mais desvalorizam a fruta pelo mercado.

Analisámos também, que investigação tem sido levada a cabo nos últimos (12) anos, na área da citricultura, por parte das instituições oficiais regionais, com o objectivo de estudar os principais factores que afectam o atributo de qualidade que mais desvaloriza os citrinos do Algarve, de forma a que possam ser tomadas medidas, para contrariar a tendência para essa desvalorização pelo mercado (Anexo D.2).

4. ENQUADRAMENTO GERAL DA CITRICULTURA – CONDICIONALISMOS AO SISTEMA CITRÍCOLA ALGARVIO

O objectivo desta fase do trabalho foi a realização duma análise do contexto geral da citricultura e, dentro deste, debruçarmo-nos sobre as suas dimensões, sócio-cultural, político-legal e económica, com vista a identificar oportunidades e ameaças que este ambiente induz ao sistema citrícola algarvio.

Estas dimensões foram caracterizadas por um determinado número de factores relevantes que, directa ou indirectamente, afectam as decisões e os resultados das empresas. Os factores foram analisados mediante um processo de desagregação, desde um nível mais geral, até um nível mais específico em que actuam as empresas algarvias.

4.1 - Enquadramento dos citrinos do ponto de vista sócio – cultural

A análise do contexto sócio - cultural teve como objectivo a identificação de factores de tipo cultural, social e de saúde que podem influenciar, de um modo positivo ou negativo, o consumo dos citrinos.

Os citrinos, que incluem o grupo das laranjas, tangerinas, toranjas e limões são os frutos que actualmente apresentam maior produção a nível mundial.

4.1.1 - Origem dos citrinos e o papel dos Portugueses na sua difusão

O cultivo da laranjeira e o uso da laranja remontam a um período de mais de 2 mil anos antes de Cristo, conforme demonstram escritos encontrados na China⁷¹.

Supõe-se que a laranja, assim como outros frutos do género *citrus*, seja originária do continente Asiático, onde o homem aprendeu a cultivá-la e de onde partiu a conquistar o mundo.

Relativamente à sua antiguidade⁷², diz a lenda grega que as laranjas eram ”os verdadeiros pomos de ouro tão bem guardados pelo dragão de 100 cabeças no jardim das Hespérides. Para obtê-los, no cumprimento do seu décimo primeiro trabalho, Hércules lutou incansavelmente”. Esta lenda é, no mínimo, uma comprovação da antiguidade dessa fruta – a laranja – na vida e na cultura dos homens.

⁷¹ Fonte: Laranja, Biblioteca Virtual do Estudante Brasileiro. Disponível em: <http://www.bibvirt.futuro.usp.br/especiais/frutasnobrasil/laranja.html>. (29/03/2003)

⁷² Fonte: (*Idem*)

Apesar de toda essa antiguidade e do conhecimento que os gregos tinham da sua existência, a introdução das laranjas, das limas, das cidras, dos limões e das toranjas na Europa foi bastante tardia, não havendo relatos sobre este facto anteriores ao séc. XV. Alguns autores, no entanto, afirmam que os Árabes já tinham introduzido algumas espécies de citrinos nas penínsulas Ibérica e Itálica bem antes disso.

A diversidade de citrinos resulta da interacção entre particularidades biológicas do género *citrus* e transferências de plantas entre continentes e regiões ao longo dos anos. As doenças têm influenciado bastante as escolhas das espécies mais cultivadas, bem como a distribuição dessas espécies em diferentes zonas.

Os citrinos cultivados actualmente têm-se diferenciado naturalmente e sucessivamente, a partir de centros de origem dos quais os primeiros foram a China e a Índia, muitos séculos antes da nossa era. As laranjas são originárias da China, a cidra e os limões da Índia. A rota da seda e a navegação costeira no Extremo Oriente permitiram transferências recíprocas de citrinos entre a Índia e a China. A navegação do Golfo Pérsico continuou a sua difusão posteriormente para o Médio Oriente, pelas conquistas dos mundos grego, latino e árabe.

A etimologia dá-nos a conhecer igualmente que a maior parte das denominações actuais derivam do persa e do árabe.

Depois da China e da Índia, o 3.º centro de diferenciação de citrinos é o mundo Mediterrânico. A partir do Médio Oriente dá-se a passagem mais tardia para a Itália e Península Ibérica (migrações muçulmanas, navegadores genoveses a partir

do séc.XI, e regresso das Cruzadas). Oliveira Marques(1993:97) refere que os Muçulmanos (Séc.VII – Séc.XIII) “introduziram e difundiram em Portugal diversos tipos de plantas entre elas a laranja”.

A cidra foi o primeiro citrino a colonizar o “mundo antigo”. Por isso, segundo Salette (2000) a famosa maçã de ouro do mítico Jardim de Hespérides não podia ser senão uma cidra, pois a laranjeira azeda e o limão chegaram posteriormente ao Médio Oriente e Mediterrâneo.

Relativamente ao papel dos Portugueses na difusão de citrinos, podemos referir que a introdução das laranjas doces foi obra dos navegadores portugueses no início do sec. XVI, através dos quais se tornaram conhecidas e se expandiram, substituindo pouco a pouco as laranjeiras azedas (Salette, 2000).

O aumento do consumo de citrinos na Europa dá-se a partir do séc. XVI, após a implantação de importantes zonas de produção e de trocas comerciais.

Curiosamente, aparece referência nos forais de Silves (séc. XVI) a exportações de laranjas provenientes de Silves [“Partiam nos navios mercantes muitos frutos verdes (nomeadamente laranjas, pêras, pêssegos e maçãs,...) mas esses não iriam mais longe do que Lisboa, a foz do Mondego, Castela, as ilhas eventualmente, e Marrocos]”(Silva, 1993: 236 e 244).

Oliveira Marques (1993) refere também que:

“por volta de 1635 difundiam-se em Portugal laranjas doces da China, que depressa conquistaram o gosto de todas as classes sociais. De

Portugal, a laranja Chinesa espalhou-se por toda a Europa e o mundo do mediterrâneo, com o seu nome a denunciar a origem Portuguesa em diversas línguas” (grego e árabe por exemplo).

4.1.2 - Factores que incidem no consumo de citrinos

Conforme referido por Salette (2000), no Oriente as primeiras manifestações de interesse pelos citrinos tiveram a ver com o seu aroma, tanto relativamente ao fruto, como à flor. As utilizações em farmacopeia, bem como ornamentais, são das mais antigas.

Contudo, nos últimos anos, o efeito benéfico para a saúde dum consumo de frutas e legumes, designadamente de citrinos, é um dos pontos importantes que sai de estudos epidemiológicos. Estes produtos são salutareos pelo nível da fracção não energética: fibras, minerais e micro nutrientes. Eles podem ser considerados como alimentos funcionais, mas com uma enorme diversidade de efeitos no sistema digestivo, no fígado e na circulação sanguínea. Contribuem significativamente para o fornecimento de minerais e micro nutrientes e desempenham um papel chave como antioxidantes. Têm efeitos específicos pelo seu poder alcalinizante e riqueza em variados fito-micro-nutrientes. Para prevenir, em particular doenças cardiovasculares e certos cancros, o consumo diário de frutas e legumes deve ser, não só bastante diversificado, mas ainda fornecer pelo menos 10% da energia total ingerida, isto é, cerca de 300g de fruta e 300g de legumes (Nicolle e Rémésy, 2002).

Roberta Stella, responsável técnica por programas alimentares⁷³ refere que a ingestão de Vitamina C, presente nos citrinos (uma laranja com aproximadamente 180g, corresponde a 95,7mmg de vitamina C) proporciona inúmeros benefícios ao organismo humano, tais como: estimulação do sistema imunológico, promovendo uma maior resistência a infecções; aumento da absorção de “Ferro não-heme”⁷⁴; auxílio no processo de cicatrização; actuação como antioxidante, neutralizando a acção dos radicais livres que desencadeiam o processo de envelhecimento precoce, além de aumentarem o risco para o desenvolvimento de cancro e doenças do coração.

Aparece também referido por Juliá *et al* (2000) que, os citrinos são dos frutos mais apreciados tanto pelo seu valor alimentar como pelos atributos organolépticos e por serem caracterizados como saudáveis. É de destacar que neles se encontram a maior parte dos antioxidantes de que o organismo humano necessita, como vitaminas C e E, carotenoides e flavonoides. Além disso, o seu consumo tem sido relacionado com a prevenção de doenças cardiovasculares e do cancro.

“A vitamina C está presente em todos os frutos frescos, mas particularmente nos morangos, citrinos e Kiwis. Por exemplo, um Kiwi ou uma laranja de tamanho médio fornece a quantidade diária requerida para um adulto”(Lintas, 1992).

⁷³ Apresentados no site www.uol.com.br/Cybernet.

⁷⁴ Ferro proveniente de alimentos de origem vegetal como por exemplo, feijão, espinafres e lentilhas.

Enfim, não só pelas suas características salutareas, mas também pelo facto de se tratar de uma fruta saborosa, refrescante, alimentar, diurética, depurativa, os citrinos têm alcançado no mundo uma importância considerável em termos de consumo.

As laranjas são consumidas ao natural, mas combinam deliciosamente com alguns pratos salgados. São bastante utilizadas na culinária a nível internacional, na preparação de molhos, para cozinhar e para acompanhar peixes, carnes e aves, tais como o famoso “pato com laranja”.

Tanto as laranjas como os outros citrinos são apropriados para a confecção de doces em calda, cristalizados, compotas, conservas, gelatinas, cremes, pudins, mousses, bolos, biscoitos, tortas, coberturas, recheios.

Ao natural, a qualquer hora do dia, as Clementinas “easy peeling” são bastante apreciadas. As “laranjas de umbigo” são consideradas como as laranjas de mesa por excelência, devido à sua consistência, firmeza e ausência de sementes.

Pelo referido, os citrinos, não sendo alimento essencial, podem desempenhar um papel bastante importante na dieta alimentar. É de evidenciar, que têm basicamente dois tipos de utilizações para o consumo humano, em fresco ou em sumo.

4.1.3 - Evolução do consumo de citrinos, em fresco e transformados. Perspectivas futuras

A análise do comércio mundial de citrinos em fresco mostra um aumento considerável das quantidades transaccionadas. Contudo, nestas transacções, verificam-se grandes disparidades relativamente aos diferentes grupos de variedades que compõem os citrinos. Enquanto o desempenho tem sido decepcionante para os limões e as laranjas, a taxa de crescimento para as transacções de “pequenos citrinos” mostra-se regular.

Relativamente a perspectivas futuras para o consumo de citrinos é de evidenciar que, no que respeita aos sumos, as exigências dos consumidores vão, cada vez mais, no sentido de terem produtos transformados com qualidades próximas das dos frescos. Os sumos puros têm vindo a tirar o lugar aos néctares. Os aspectos organolépticos e nutricionais têm vindo a tornar-se critérios determinantes da qualidade para o consumidor, tanto para o consumo em fresco, como em transformado.

Para os consumidores que estão em geral afastados das zonas de produção, os sumos de citrinos, ricos em micronutrientes e vitaminas, são tomados como exemplo para mostrar as diferentes vias de garantir uma qualidade dos produtos, tanto ao nível nutricional como organoléptico (Reynes, 2002).

4.2 - Enquadramento dos citrinos do ponto de vista político legal

Portugal integra a União Europeia desde 1986, por isso, qualquer análise realista da agricultura (citricultura) portuguesa deve ter sempre como base de partida as directrizes da União Europeia (UE) e nestas a Política Agrícola Comum (PAC).

A Política Agrícola Comum é composta por um conjunto de normas e mecanismos que regulam a produção, as trocas e o processamento dos produtos agrícolas, bem como o desenvolvimento rural, na União Europeia.

Neste subcapítulo, fizemos a análise das principais orientações / imposições da legislação da União Europeia em matéria de produção, comercialização e intervenção nos mercados dos citrinos.

4.2.1 - A Política Agrícola Comum (PAC)

A base jurídica para a política agrícola de toda a Comunidade Europeia encontra-se definida nos artigos 32º a 38º no Título II do Tratado da CE.

No princípio, a PAC tinha como objectivos principais alcançar um nível de produção suficiente para alimentar a população comunitária e conseguir preços razoáveis para os consumidores. Estes objectivos foram atingidos com sucesso, passando a criar excedentes a partir dos anos 80.

Para além da criação de excedentes, a PAC (inicial) gerou situações negativas, nomeadamente, problemas ambientais (excesso de nitratos e resíduos de pesticidas, destruição de habitats naturais e da biodiversidade), decorrentes da implementação de sistemas produtivos demasiado intensivos.

Em paralelo, foram-se desenvolvendo novas regras para a Organização Mundial do Comércio, que passaram a incluir a agricultura, o que criou necessidades adicionais de alteração de regras de política. Por tudo isto a Política Agrícola Comum foi sujeita a diversas revisões.

Em 1992 ocorreu uma reforma que procurou dar resposta aos problemas mais prementes na altura, os excedentes e a preparação das negociações multilaterais no GATT (actual OMC).

São de evidenciar como medidas principais nesta reforma, as descidas dos preços de intervenção e a implementação de ajudas aos produtores sem ligação directa com as quantidades produzidas. Em simultâneo, foram criadas, em 1992, as Medidas de Acompanhamento da Reforma da PAC, onde podemos destacar as Medidas Agro-Ambientais, consideradas um pagamento aos agricultores pela produção de bens públicos, ambientais ou outros, não remuneráveis pelo mercado.

Posteriormente, a Agenda 2000 constituiu a reforma mais radical e a mais global da Política Agrícola Comum desde a sua fundação. Aprofundaram-se as tendências da reforma de 1992. A PAC sofreu uma revolução total. Esta Reforma teve como principais objectivos: reforçar a competitividade dos produtos agrícolas no mercado doméstico e nos mercados mundiais; definir uma nova política de desenvolvimento rural; incorporar na PAC considerações de natureza ambiental; melhorar a qualidade e a segurança dos alimentos.

É de salientar que, para além dos problemas conjunturais que o modelo da PAC provocou, esta tem dificultado a reorientação da agricultura europeia no sentido da competitividade, da qualidade e da sustentabilidade.

Relativamente à competitividade, é de referir que as ajudas directas, ao estarem conotadas com produções específicas, introduziram rigidez aos ajustamentos que deveriam ter tido lugar para dar resposta ao mercado ou às exigências ambientais. Pensa-se que o desligamento das ajudas, face às áreas de actividades agrícolas concretas, conduzindo a uma maior liberdade empresarial, permitirá uma maior eficiência no uso dos recursos, libertando-se terra para os usos mais valorizados pelos consumidores e pela sociedade em geral. Assim, os desafios no âmbito da competitividade passarão por orientar a agricultura para o mercado e promover a competitividade via baixos custos ou diferenciação do produto.

No âmbito da qualidade, a PAC, embora não possa ser a única responsável pela excessiva intensificação da agricultura europeia, incentivou um modelo agrícola intensivo, hoje associado a muitos problemas de segurança alimentar, e desincentivou a produção de alimentos de qualidade superior.

Actualmente, no âmbito da qualidade, os principais desafios que se colocam passam por assegurar o direito a uma alimentação saudável, criar oportunidades para uma escolha informada por parte dos consumidores, apoiar a transição dos sistemas de produção agrícola no sentido da qualidade e defender a diversidade agrícola através do apoio aos sistemas tradicionais característicos das diversas regiões europeias.

No que se refere à sustentabilidade ambiental, económica e social do desenvolvimento das zonas rurais, os apoios via preços e ajudas ligadas à produção promoveram a intensificação, com problemas ambientais que lhe estão associados. Contudo, é de referir que existiram também bastantes benefícios ambientais, económicos e sociais associados à PAC, já que, sem os seus apoios, uma parte da agricultura teria desaparecido em muitas zonas desfavorecidas.

Assim, no âmbito da sustentabilidade, os principais desafios passarão por: adaptar a agricultura aos requisitos ambientais mínimos; apoiar e promover modos de produzir geradores de benefícios ambientais; conservar a diversidade de sistemas tradicionais de elevado valor natural e paisagístico; reforçar o contributo da agricultura e da diversificação de actividades para a vitalidade das zonas rurais.

No sentido de ir ao encontro dos principais desafios mencionados anteriormente, em 2003 (Junho) os ministros da agricultura adoptaram uma nova reforma da PAC, tendo em vista alterar completamente o modo como a União Europeia tem vindo a apoiar o sector agrícola. A nova PAC orientar-se-á para os consumidores e os contribuintes e deixará aos agricultores a liberdade de adaptarem a sua produção às necessidades do mercado. No futuro, a maioria dos subsídios será paga independentemente do volume de produção e subjacente a estes novos tipos de subsídios, “pagamentos únicos por exploração”, estará o respeito por normas ambientais e de segurança alimentar (condicionalidade). A redução da ligação entre os subsídios e a produção permitirá que os agricultores da União Europeia se

tornem mais competitivos e se orientem mais para o mercado⁷⁵, beneficiando desta forma a necessária estabilidade de rendimento. Em consequência da redução dos pagamentos directos às maiores explorações (“modulação”), passarão a estar disponíveis mais recursos financeiros para os agricultores que participem em programas relacionados com a qualidade e o ambiente. Esta reforma exigirá também a revisão de políticas de mercado.

É de salientar, pelo exposto anteriormente, que, actualmente, o objectivo de aumentar a produção e a produtividade a qualquer “preço” – inclusivamente ao “preço” de alterar o ambiente – está ultrapassado. Sem dúvida, é necessário continuar a produzir alimentos, mas introduzindo novos critérios na produção. A utilização de novos critérios não significa renunciar a nenhum dos avanços científicos e tecnológicos que se têm dado no sector agrário nas últimas décadas, mas sim, pelo contrário, utilizá-los com o fim de continuar a produzir alimentos de qualidade, competitivos no mercado, a custos razoáveis para o agricultor e tendo sempre em conta a segurança alimentar, as exigências da protecção do meio ambiente, e a conservação dos recursos naturais e da paisagem.

Como referimos, nos últimos anos a Política Agrícola Comum sofreu várias reformas. A introdução de bastantes alterações num espaço de tempo relativamente curto teve a ver com as necessidades de adaptação dos objectivos de

⁷⁵ Contudo, se as ajudas forem calculadas em função do nível de produtividade histórica de cada zona, a PAC beneficiará sobretudo os locais à partida mais favorecidos e pouco fará pela vitalidade económica e social das zonas marginais da UE, reforçando, assim, as assimetrias regionais.

política aos novos contextos (ultrapassagem do auto-abastecimento alimentar na maior parte dos sectores, ampliações sucessivas da Comunidade Europeia, acordos na Organização Mundial do Comércio) bem como da possibilidade de encontrar soluções para os problemas específicos criados pelas regras da Política Agrícola designadamente excedentes, custos financeiros e degradação do ambiente.

4.2.1.1 - A PAC / A Organização Comum de Mercados (OCM) das frutas e legumes

Como foi referido, a Política Agrícola Comum integra um conjunto de normas e mecanismos que regulam a produção, as trocas e o processamento dos produtos agrícolas, na União Europeia.

No quadro da Política Agrícola Comum (PAC), a base jurídica sobre a qual assenta a Política de Mercados é o artigo 34º do Tratado da CE , do qual derivam os regulamentos de base que regem e regeram as diferentes Organizações Comuns de Mercado (OCM).

A política de mercados constitui a vertente mais antiga e mais importante da PAC, visando orientar a produção agrícola e estabilizar os Mercados. Consiste na colocação de produtos ou grupos de produtos num regime especial, Organização Comum de Mercado (OCM), de modo a serem geridos, na sua produção e comércio, de acordo com regras comuns.

As OCM's assentam em três princípios fundamentais: a unicidade do mercado, isto é, a livre circulação de produtos agrícolas entre os Estados Membros da

Comunidade Europeia; a preferência comunitária, cuja aplicação tende a diminuir, dada a progressiva abertura do mercado comunitário ao exterior devido a acordos multilaterais, bilaterais e concessões unilaterais; a solidariedade financeira, que implica que o orçamento comunitário deverá custear as despesas decorrentes da aplicação da PAC.

O Regulamento(CEE) nº1035/72 do Conselho estabeleceu a Organização Comum de Mercado no sector das frutas e produtos hortícolas, na qual se incluem os citrinos.

Constatando que a produção de frutas e produtos hortícolas constitui um elemento importante do rendimento agrícola, este regulamento considerou que era necessário procurar-se o equilíbrio entre a oferta e a procura, num nível de preços justos para os produtores e tendo em conta as trocas com países terceiros, favorecendo sempre a especialização no interior da Comunidade. A OCM das frutas e produtos hortícolas compreendia regras comuns em matéria de concorrência, um regime de preços e de intervenções, bem como um regime de trocas comerciais com países terceiros.

Tornou obrigatórias as “normas de qualidade”, que deveriam ser aplicadas às frutas e produtos hortícolas comercializados no interior da Comunidade ou expedidos para países terceiros. Essas normas, deveriam ter por efeito eliminar do mercado os produtos de qualidade não satisfatória, orientar a produção de maneira a satisfazer as exigências dos consumidores e facilitar as relações comerciais com base numa concorrência leal, contribuindo, assim, para melhorar a rentabilidade

da produção. Para assegurar o seu cumprimento e obter a sua aplicação uniforme estabeleceram-se regras de controlo e definiram-se sanções para eventuais infracções.

Tendo em conta as características do mercado das frutas e produtos hortícolas, este regulamento deu bastante ênfase à constituição de Organizações de Produtores (com vista a promover a concentração da oferta, regularizar os preços à produção e facultar, aos produtores associados, meios técnicos adequados para o acondicionamento e comercialização dos produtos). Com o propósito de estabilizar os preços, atribuiu a estas organizações a capacidade de intervir no mercado, aplicando um "preço de retirada" abaixo do qual os produtos dos seus associados seriam retirados de venda. Previa disposições tendentes a facilitar a constituição e o funcionamento destas organizações, permitindo aos Estados - Membros conceder ajudas, cujo financiamento seria assegurado, em parte, pela Comunidade.

Com vista à realização de um mercado único na Comunidade, este regulamento previa também o estabelecimento de um regime único de trocas nas fronteiras exteriores da Comunidade. Contudo, dado que a aplicação dos direitos da pauta aduaneira comum poderia não ser suficiente para estabilizar o mercado comunitário e impedir que o nível dos preços dos países terceiros e as suas flutuações se repercutissem nos preços praticados no interior da Comunidade, previa a fixação de "preços de referência" e a cobrança, além dos direitos aduaneiros, de um direito de compensação, quando o preço de entrada dos produtos importados se situasse abaixo do preço de referência

De modo a salvaguardar a participação da Comunidade Europeia no comércio internacional das frutas e produtos hortícolas, previa também a possibilidade de concessão de uma restituição (diferença entre os preços praticados na Comunidade e os preços destes produtos no comércio internacional) quando da exportação destes produtos para países terceiros.

A alteração do contexto sócio-económico criou no sector das frutas e produtos hortícolas uma situação nova a que os produtores se deveriam adaptar. Surgiu por isso, o Regulamento (CE) nº2200/96 do Conselho, de 28 de Outubro de 1996, que introduziu uma reorientação às regras de base da OCM devido, entre outras razões, ao facto da produção e comercialização das frutas e produtos hortícolas deverem integrar preocupações de carácter ambiental, tanto ao nível das práticas de cultivo como da gestão dos materiais usados e da eliminação dos produtos retirados da produção, nomeadamente no que respeita à protecção da qualidade das águas e à preservação da biodiversidade e da paisagem.

Este regulamento reforçou, ainda mais, a atribuição de um papel central às Organizações de Produtores como elementos de base da OCM, pois, perante uma procura cada vez mais concentrada, o agrupamento da oferta nestas organizações surgia, mais do que nunca, como uma necessidade económica para reforçar a posição dos produtores no mercado. Contudo, considera que estes agrupamentos deverão realizar-se numa base voluntária e útil, graças à amplitude e eficácia dos serviços que cada organização de produtores pode prestar aos seus associados.

As OP deverão ter por finalidade: assegurar a programação da produção e a sua adaptação à procura, em termos de quantidade e de qualidade; promover a concentração da oferta e a colocação da produção dos associados no mercado; reduzir os custos de produção e regularizar os preços na produção, bem como, promover práticas de cultivo e técnicas de produção e de gestão dos resíduos respeitadoras do ambiente.

Este regulamento prevê a concessão de uma ajuda financeira comunitária às Organizações de Produtores que constituam um fundo operacional⁷⁶.

O fundo operacional referido destina-se ao financiamento de retiradas do mercado e ao financiamento de um programa operacional, que deve ter como objectivos os que estão subjacentes à constituição das OP. Além disto e com vista à redução de retiradas, este fundo deve destinar-se também à melhoria da qualidade dos produtos, à sua valorização comercial e à promoção destes junto dos consumidores. Outra vertente possível para aplicar o fundo operacional das OP tem a ver com a criação de linhas de produtos biológicos e de produção integrada ou de outros métodos de produção respeitadores do ambiente.

Este regulamento dá ênfase também às organizações interprofissionais, constituídas por iniciativa de operadores individuais ou já agrupados, que representem uma parte significativa das diversas categorias profissionais do

⁷⁶ Este fundo será alimentado não só por ajudas comunitárias mas também por contribuições financeiras efectivas dos associados, baseadas nas quantidades ou no valor dos produtos efectivamente comercializados no mercado.

sector (produtores, comerciantes, transformadores). Estas podem contribuir para uma maior atenção às realidades do mercado, com vista a melhorar o seu conhecimento, e facilitam a evolução dos comportamentos económicos, a organização da produção, bem como a apresentação e a comercialização dos produtos.

Em suma, as Organizações Interprofissionais devem levar a cabo acções de interesse para os consumidores e produtores, que tenham a ver essencialmente com: a melhoria do conhecimento da produção e do mercado; uma melhor coordenação e colocação dos produtos no mercado, designadamente através de pesquisas ou estudos de mercado; a valorização das frutas e produtos hortícolas; informações e investigações necessárias à orientação da produção para produtos mais adaptados às necessidades do mercado e ao gosto e aspirações dos consumidores; o desenvolvimento de métodos e de instrumentos para melhorar a qualidade dos produtos bem como a promoção, valorização e protecção de produtos de agricultura biológica, de produção integrada, com marcas de qualidade, Denominações de Origem e Indicações Geográficas.

Pelo exposto é de concluir que o Regulamento (CE) 2200/96 reformulou a OCM das frutas e produtos hortícolas a fim de proporcionar aos produtores condições para uma melhor resposta às expectativas do mercado e dos consumidores em termos de quantidades, de qualidade e de preço. Reforçou igualmente o papel das organizações de produtores (OP), tendo em vista a redução dos excedentes estruturais, e favoreceu progressivamente uma diminuição das retiradas de

produtos do mercado, nomeadamente através da criação de fundos operacionais geridos pelas OP para melhorar a sua qualidade e comercialização.

Uma nova reforma da OCM das frutas e legumes, foi já proposta pela Comissão (em Janeiro de 2007) e tem em vista adequar a OCM em vigor, à última reforma da PAC (2003)⁷⁷

As propostas de reforma têm em conta as especificidades deste sector e as pressões a que se encontra submetido actualmente, devido principalmente: ao elevado grau de concentração da procura nas cadeias de distribuição, assumindo estas um papel preponderante na formação dos preços de mercado; à elevada fragmentação ao nível dos produtores; à concorrência crescente da parte de importações de países terceiros tanto ao nível de produtos para consumo em fresco como de produtos destinados à transformação.

Enfim, as propostas vão no sentido de tratar dos problemas do sector, redobrando esforços no sentido de diminuir a fragmentação (reforçando ainda mais o papel das OP na concentração da produção, estabilização dos preços e equilíbrio e segurança da cadeia de abastecimento alimentar europeia).

A reforma proposta tem por objectivo garantir o rendimento dos agricultores, mas também encorajar os produtores de frutas e produtos hortícolas a reagir aos sinais

⁷⁷ As alterações introduzidas permitiram que os agricultores europeus passassem a seguir os sinais do mercado e a adaptar a sua produção aos desejos dos consumidores, recompensando-os ainda financeiramente pelo fornecimento de bens públicos, tais como a protecção do ambiente.

do mercado, nomeadamente produzindo aquilo que o consumidor deseja, isto é, a melhor qualidade ao melhor preço. É necessário, por isso, estar atento ao tipo de produto para o qual há procura, o que é fortemente influenciado pelas alterações do estilo de vida e dos hábitos alimentares.

Tendo em conta que, actualmente, as “ajudas à produção” no sector da transformação ainda estão associadas à produção, esta reforma propõe a sua transferência para o regime de pagamento único por exploração, à semelhança do que tem vindo a acontecer noutros sectores agrícolas. O pagamento de qualquer ajuda fica subordinado ao respeito pelas normas ambientais obrigatórias.

Esta reforma pretende, também, estimular o consumo de frutas e produtos hortícolas, cujas vantagens para a saúde estão mais do que provadas, mas cujo consumo na União Europeia se encontra a estagnar.

4.2.2 - OMC / A PAC

A União Europeia é membro da Organização Mundial de Comércio (OMC).

Os ministros da agricultura da UE adoptaram uma posição comum para o ciclo de negociações da OMC “Ronda do Milénio”, onde pretenderam encontrar um equilíbrio entre as questões comerciais e não comerciais, introduzindo aspectos como a preservação da paisagem, a protecção ambiental e a qualidade e segurança alimentares.

A UE, sendo um dos maiores exportadores de produtos alimentares, procura, desta forma, alargar oportunidades, reduzindo barreiras aduaneiras não justificadas.

Assim, os membros da OMC, têm o direito de tomar medidas para proteger o seu ambiente, mas estas estão sujeitas às condições de necessidade, não discriminação e transparência.

A OMC considera o comércio e o ambiente como objectivos complementares. Considera por isso que as políticas ambientais adequadas, um sistema de comércio livre, equitativo e não discriminatório podem dar um contributo muito importante aos esforços nacionais e internacionais para proteger e conservar melhor os recursos ambientais e promover o desenvolvimento sustentável.

Considera que este contributo terá duas vertentes. Uma, que tem a ver com o facto de um sistema de comércio mais livre poder promover a afectação e utilização dos recursos ambientais de forma mais eficaz nos planos nacional e mundial, reduzindo distorções que surgem de restrições desadequadas e subsídios ao comércio. Outra, porque um sistema de comércio mais livre pode promover o aumento dos rendimentos e pode contribuir para criar os recursos económicos necessários para combater o que se conhece como “contaminação da pobreza”.

Apesar do consenso geral na OMC sobre os princípios básicos, reconhecendo que, em geral, numa economia de mercado a funcionar bem, os preços registam as preferências dos consumidores e a escassez relativa dos recursos permitindo afectar estes eficazmente, existe muita controvérsia em torno da questão do comércio e do ambiente. O mercado, só por si, não pode levar a uma afectação óptima dos recursos, a menos que os custos e benefícios sociais, tal como os privados, se reflectam totalmente nos preços dos produtos. A produção agrícola, devido à sua

ligação estreita com o ambiente, cria “externalidades” positivas e negativas que, frequentemente, não se reflectem nos preços de mercado⁷⁸. Tais “falhas de mercado” podem dar origem a modalidades de produção inconvenientes, a menos que se aplique uma combinação criteriosa de políticas económicas e ambientais para as corrigir.

Na prática, as políticas adoptadas para um objectivo podem fomentar uma afectação ineficiente dos recursos agrícolas, com consequências ambientais prejudiciais (por exemplo, os subsídios aos factores destinados a promover a segurança alimentar, podem induzir uma utilização excessiva de factores subsidiados). Estas “falhas de política” internas podem acarretar consequências negativas para outros países ou prejudicando directamente o ambiente e distorcendo os preços, causando uma afectação ineficiente dos recursos no plano mundial. Além disto, no âmbito internacional, os países podem conceder diferentes prioridades e valorações às externalidades ambientais relacionadas com a produção agrícola, em função do seu nível de desenvolvimento económico, da estrutura do seu sistema agrícola e do papel da agricultura na sociedade. Perante estas complexidades, o problema para a OMC é equilibrar as legítimas preocupações ambientais dos membros com os benefícios que derivam de um comércio internacional livre, equitativo e não discriminatório.

⁷⁸ Por exemplo, os agricultores podem pagar menos custos totais da sua produção se, por exemplo os detritos animais derivados de operações pecuárias intensivas causam danos ecológicos maiores à sociedade no seu conjunto do que ao produtor individual. De forma análoga, os agricultores podem receber menos do valor total dos benefícios criados pela sua actividade se, por exemplo, os arrozais cultivados em terraços produzem benefícios ambientais como a defesa contra as inundações.

4.2.3 - Condicionalismos a auxílios estatais para a agricultura

De acordo com o exposto, para se estabelecer um novo quadro para os diferentes auxílios estatais, as orientações deverão ter em conta, especialmente, a evolução recente da política agrícola, dando ênfase, por um lado, à necessidade de promover a qualidade dos produtos agrícolas e, por outro, à preservação do ambiente e do património tradicional das zonas rurais. Igualmente, qualquer auxílio estatal no sector agrícola e de desenvolvimento da comunidade deverá ter em conta as obrigações internacionais, em particular os acordos da OMC⁷⁹, sobre a agricultura.

Assim, os auxílios em questão, resumir-se-ão a: subsídios aos investimentos nas explorações agrícolas; subsídios aos investimentos relacionados com a transformação e comercialização de produtos agrícolas⁸⁰; subsídios a título de compromissos agro-ambientais subscritos pelos agricultores (bem como outros auxílios ambientais); subsídios a título de compensação pelas desvantagens naturais em zonas desfavorecidas; subsídios à instalação de jovens agricultores; subsídios à reforma antecipada, à cessação de actividades agrícolas ou à supressão da capacidade de produção, de transformação e de comercialização; subsídios à criação de agrupamentos de produtores; auxílios para compensar danos causados à produção agrícola ou aos meios de produção por calamidades naturais ou outros acontecimentos extraordinários, bem como subsídios para incentivar a produção e

⁷⁹ Os Estados-Membros, quando adoptaram os regulamentos que definem a OMC, decidiram excluir a possibilidade de aplicação de medidas de auxílio unilaterais que afectassem os preços dos produtos.

⁸⁰ Desde que seja demonstrado que existe um escoamento normal no mercado para os produtos em causa.

comercialização de produtos agrícolas de qualidade e para o fornecimento de assistência técnica aos produtores.

Para além destas categorias de auxílios, podem também ser concedidos, de acordo com outros procedimentos comunitários: auxílios à investigação e desenvolvimento; auxílios à produção e publicidade de produtos agrícolas; auxílios sob a forma de empréstimos a curto prazo com taxas de juro bonificadas (“créditos de gestão”); auxílios de emergência e à reestruturação de empresas em dificuldade; e auxílios ao emprego.

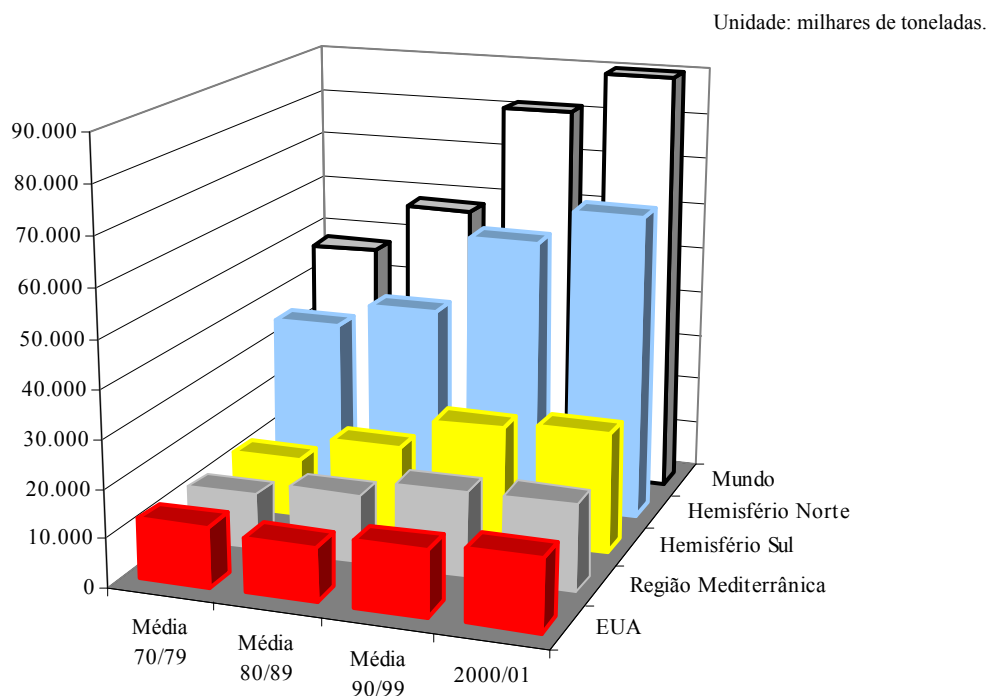
4.3 – Enquadramento dos citrinos do ponto de vista económico

4.3.1 – Evolução da produção mundial de citrinos nas últimas décadas

Os Citrinos, como já se disse, incluem o grupo das laranjas, das tangerinas (pequenos citrinos), dos limões e das toranjas. São dos frutos com maior produção a nível mundial.

A sua produção tem sofrido um aumento considerável. É de destacar que nos anos que mediam 1970 e 2000 a produção mundial quase duplicou, passando de cerca de 47.000 milhares de toneladas para cerca de 90.000 milhares de toneladas (figura 4.1).

Figura 4.1 - Evolução da Produção Mundial de Citrinos 1970-2000



Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais, 2006 (Quadro B.1).

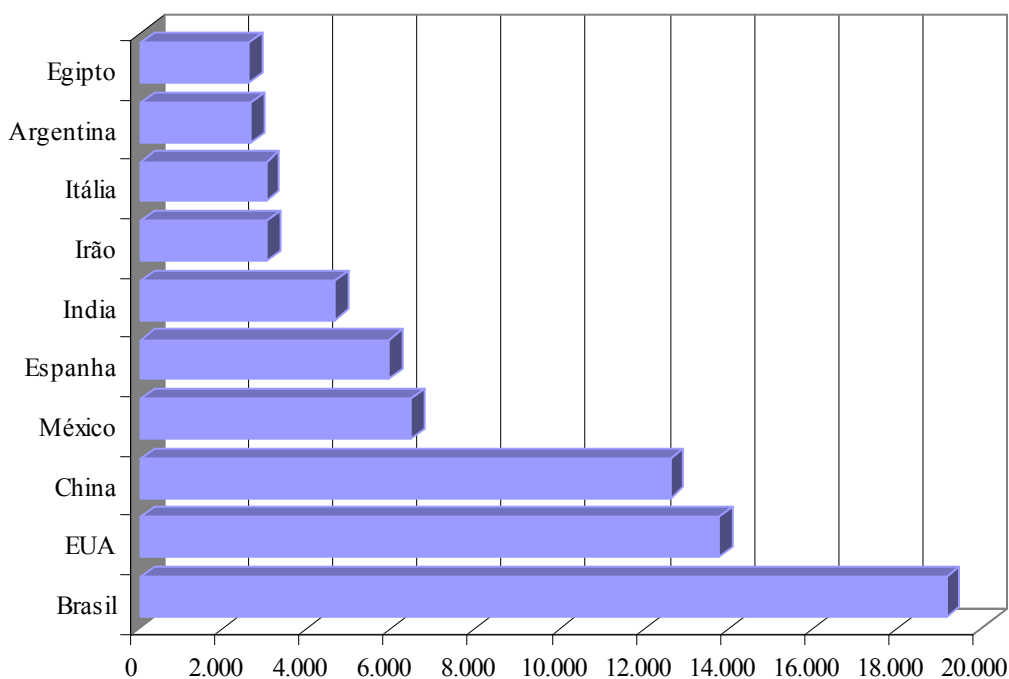
Este acréscimo relevante verificou-se tanto no Hemisfério Norte como no Hemisfério Sul, mas é de referir que é o Hemisfério Norte que concentra o

principal da produção citrícola mundial. O Hemisfério Norte, concentra 72% da produção mundial de citrinos

De acordo com a média da produção de 2001 a 2005, os dez principais países produtores de citrinos a nível mundial são o Brasil, seguido dos EUA, da China, do México, da Espanha, da Índia, do Irão, da Itália, da Argentina e do Egito e dominam 77% da produção total (Figura 4.2).

Figura 4.2 - Os Dez Principais Países Produtores de Citrinos a Nível Mundial

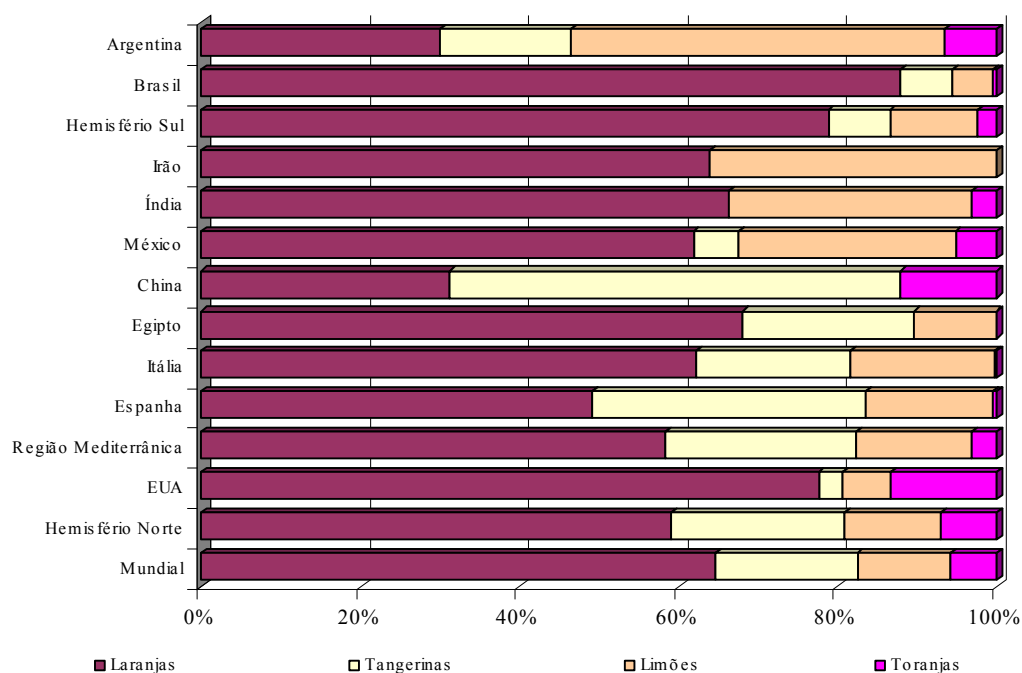
Unidade: milhares de toneladas.



Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais, 2006 (Quadro B.2).

Constata-se pela análise da Figura 4.3, sobre a estrutura por variedades nas principais zonas citrícolas, que é a laranja o grupo dominante, tanto a nível mundial (65%), como nas principais zonas citrícolas. Exceptua-se a China cuja composição por variedades apresenta um peso considerável de tangerinas (56%) e a Argentina preponderância de limões.

Figura 4.3 - Estrutura da Produção em Grupos de Variedades nas Principais Zonas e Países Citrícolas

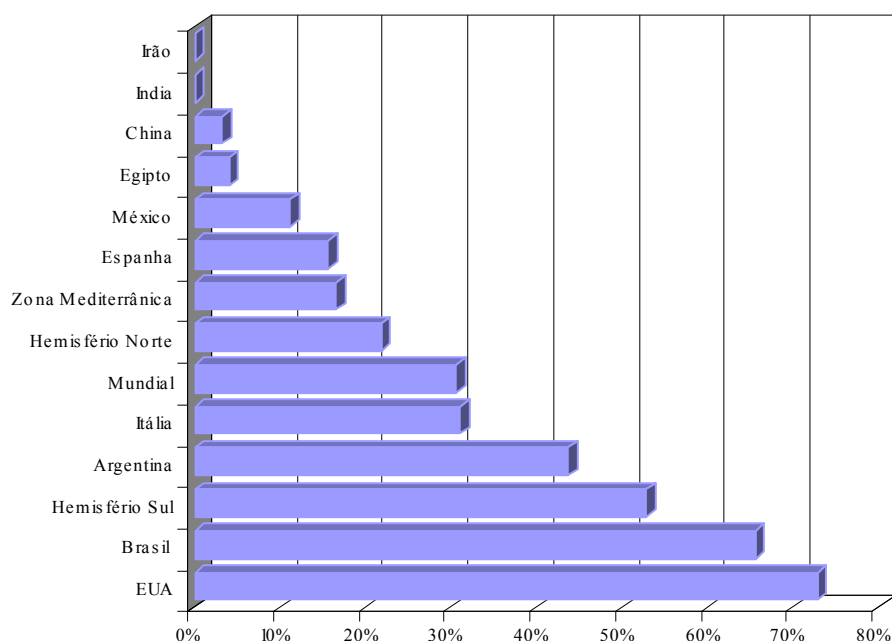


Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais, 2006, (Quadros B.4 e B.5)

4.3.1.1 – Citrinos destinados à indústria nas diferentes regiões e nos principais países produtores

O Hemisfério Sul destina grande parte (53%) da produção de citrinos à indústria, enquanto que no Hemisfério Norte o escoamento da produção para este fim não vai além dos 22% da produção total. Na região do Mediterrâneo o escoamento para a indústria representa 17% da sua produção total. Relativamente aos dez países, identificados como os maiores produtores de citrinos a nível mundial, é de salientar que só os dois principais destinam a maioria da sua produção à indústria, Brasil (66%) e EUA (73%) (Figura 4.4).

Figura 4.4 - Percentagem da Produção Destinada à Indústria nas Principais Zonas Citrícolas e nos Dez Maiores Produtores de Citrinos



Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais, 2006, (Quadro B.6).

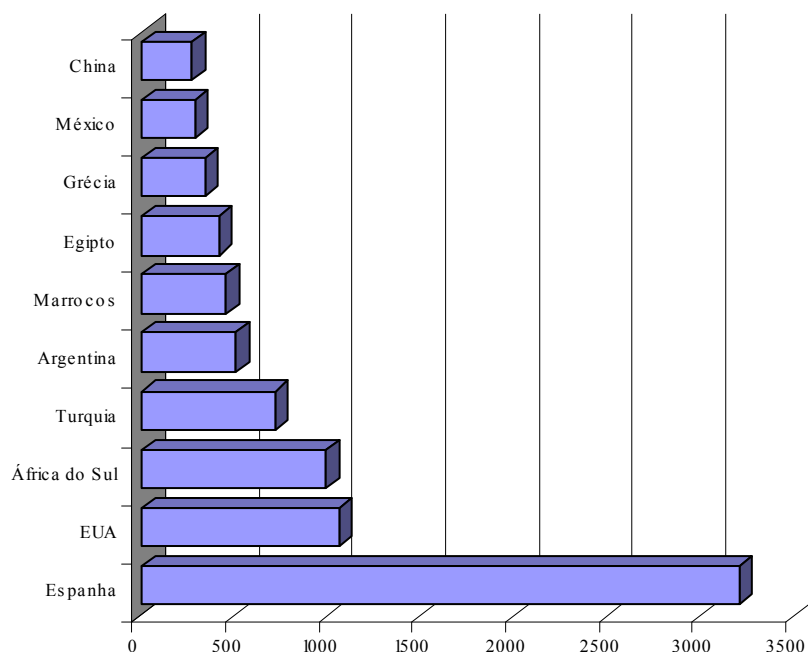
4.3.1.2 - O Comércio internacional de citrinos

Os citrinos são objecto de importantes trocas comerciais, a nível mundial e regional.

Relativamente a exportações é de mencionar que a região do Mediterrâneo, na sua globalidade, domina 55% das exportações mundiais de citrinos em fresco e de referir, também, que cinco dos dez principais países exportadores de citrinos em fresco se localizam nesta zona (Figura 4.5). A nossa vizinha Espanha surge aqui como o principal exportador mundial.

Figura 4.5 - Os Dez Principais Países Exportadores de Citrinos em Fresco

Unidade: milhares de toneladas.

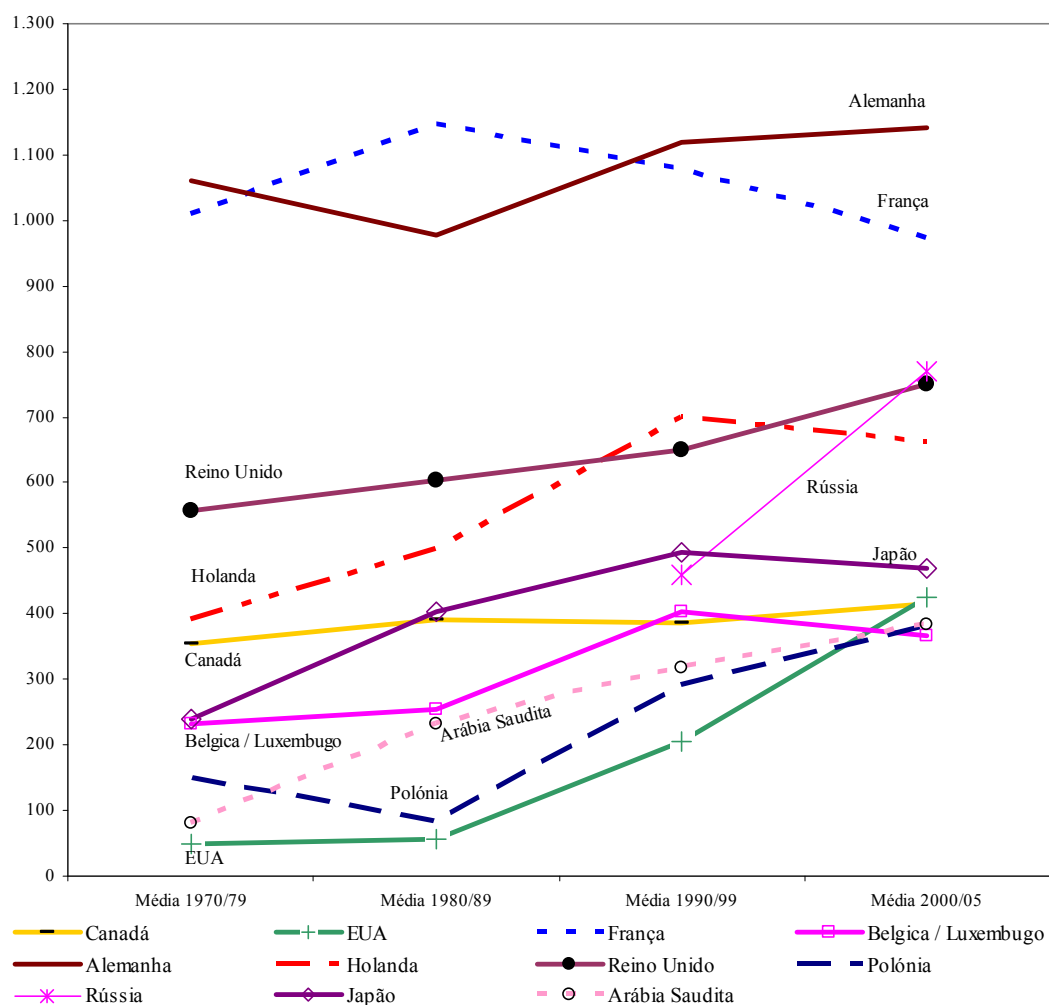


Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais, 2006,(Quadro B.7).

Quanto a importações, a União Europeia é, a nível mundial, a principal região importadora de citrinos, destacando-se nesta, em primeiro lugar a Alemanha, seguida da França, do Reino Unido, da Holanda, da Bélgica/Luxemburgo e da Polónia (figura 4.6).

Figura 4.6 - Evolução das Importações de Citrinos para Consumo em Fresco pelos Dez Principais Países Importadores

Unidade: milhares de toneladas.



Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais, 2006,(Quadro B.8)

4.3.2 - O consumo de citrinos (em fresco e transformados)

O consumo de citrinos está relacionado com os hábitos alimentares das populações e varia bastante de um país para outro, inclusivamente ao nível dos países produtores. Nos países mais desenvolvidos constata-se que há consumos mais elevados. Saliente-se que nos países desenvolvidos, que por sua vez são os consumidores mais importantes, o sumo nas suas diversas modalidades é a principal forma de consumo dos citrinos (Quadros B.9, B.10 e B.11).

Na década de 1984 a 1994, os países desenvolvidos apresentavam uma taxa de crescimento anual do consumo em fresco de 0,2% e do consumo em transformado de 3,2% e nos países em desenvolvimento existia uma taxa anual para o consumo em fresco de 5,6% e uma taxa negativa (-4,3%) para o consumo transformado.

Foram os países da Europa do Leste, intitulados como “economias em transição” que apresentaram maiores taxas de crescimento anuais de consumo de citrinos em fresco (Quadros B.12, B.13 e B.14).

Os EUA é dos países onde o consumo *per capita* de citrinos é mais elevado (58 Kg/ano)⁸¹, mas este deve-se essencialmente a um elevado consumo de citrinos processados (46Kg).

A segunda grande zona de consumo de citrinos é a Europa Ocidental onde se destacam como maiores consumidores a Itália, a Holanda, a França, a Alemanha e o Reino Unido. Contudo, contrariamente ao que acontece nos Estados Unidos, grande parte dos citrinos são consumidos sob a forma de fruta fresca. É de notar também que a Alemanha e o Reino Unido consomem mais fruta processada do que fresca.

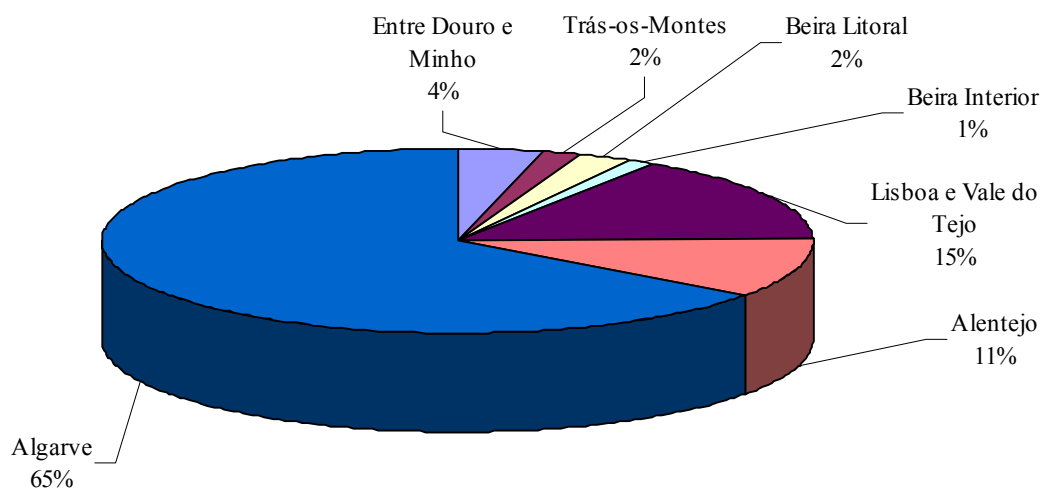
Portugal apresenta um consumo *per capita* de citrinos em fresco de 27Kg, valor superior à média da Comunidade (24kg) mas inferior ao que se tem verificado nos principais países produtores.

⁸¹ Valor estimado para o ano de 2005. Fonte: FAO

4.4 – Produção de citrinos em Portugal / Algarve

Actualmente⁸², a área de citrinos em Portugal ronda os 20.000 ha. É de referir que, no início da década de 50, a área nacional de citrinos era de 11.890ha e apenas 12,5% desta se localizava no Algarve (Assunção, 1985) mas, nos anos 80 iniciou-se uma forte expansão da citricultura algarvia⁸³ o que contribuiu para que, em 2002, nos defrontássemos com um peso da área citrícola algarvia no todo nacional da ordem dos 78% (Figura 4.8).

Figura 4.7 - Estrutura da área citrícola nacional pelas diferentes Regiões Agrárias (1992)

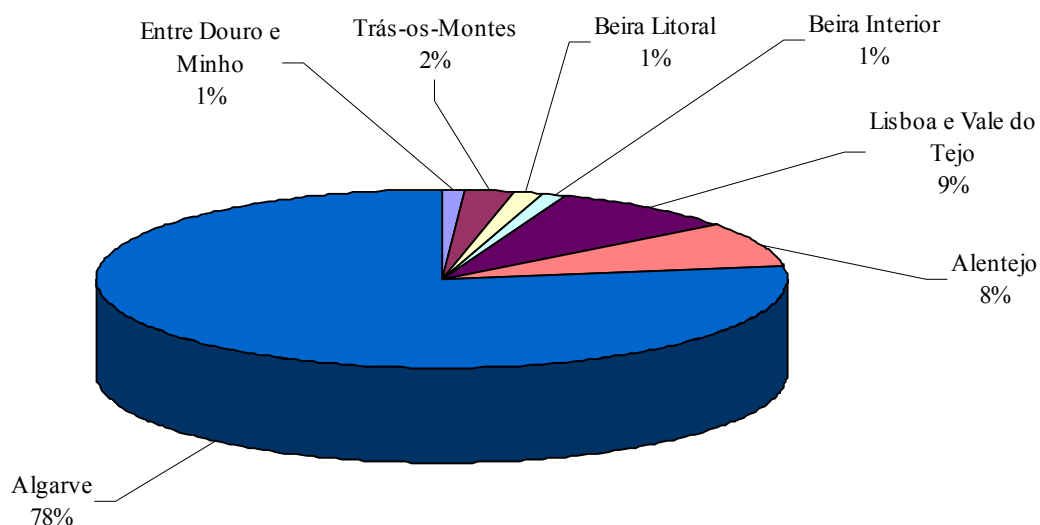


Fonte: INE, IPAF 1992 (Quadro A.8).

⁸² Fonte: INE, RGA99

⁸³ Quadro A.5 e figura A.1 evidenciam que em 2002, mais de 70% da área de pomares no Algarve tem menos de 20 anos de idade.

Figura 4.8 - Estrutura da área citrícola nacional pelas diferentes Regiões Agrárias (2002)



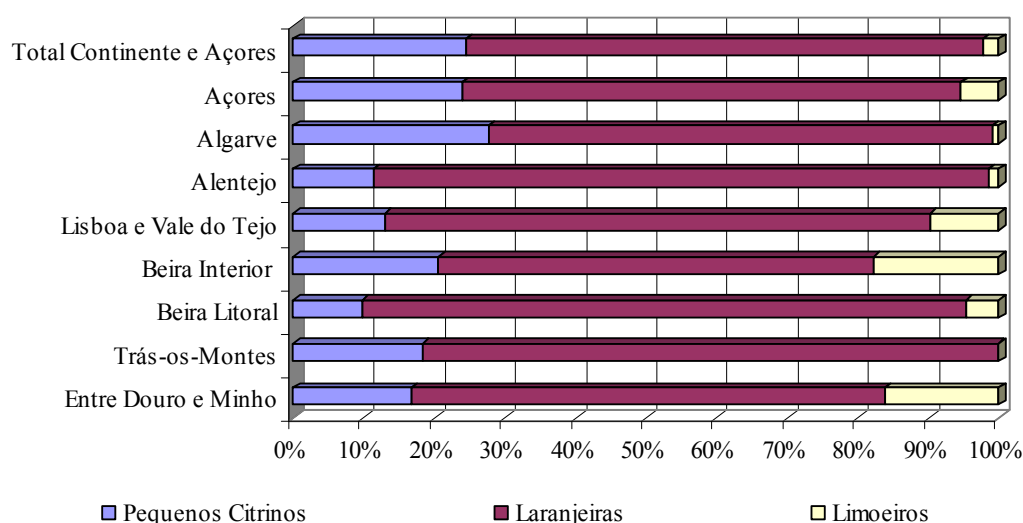
Fonte: INE, IPAF 2002 (Quadro A.8).

Além do Algarve, há outras zonas do país com grande tradição da cultura dos citrinos e onde existem importantes áreas de cultivo. Podemos citar os exemplos das regiões de Setúbal, Vidigueira, Amares, Pafarrão (Torres Novas) e outras que, por especiais condições para a cultura ou por bairrismo, se consideram zonas de excelência para citrinos.

A zona sul de Portugal (integrando a Região de Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve) concentrava em 1992, 91% da área citrícola nacional, e essa concentração acentuou-se para 95% em 2002 (Figuras 4.7 e 4.8).

Constata-se porém, um decréscimo da área citrícola de 1992 para 2002, no todo nacional e em quase todas as regiões agrárias. Como exceção a esta regra surgem apenas Trás-os-Montes e Algarve, com acréscimos nas áreas de citrinos de 75 e 1700 ha respectivamente (Quadros A.8).

Figura 4.9 - Distribuição dos Citrinos relativamente às diferentes regiões agrárias, por grupos de variedades



Fonte: INE, IPAF 1992, (Quadro A.9).

Quanto aos diferentes grupos de variedades dos citrinos em Portugal é de referir que o dominante em todas as regiões agrárias, inclusive nos Açores, é a laranja. A área citrícola do Algarve inclui 72% de laranjeiras, 28% de pequenos citrinos e uma área irrelevante de limoeiros (Figura 4.9).

4.4.1 – Os citrinos no Algarve

Os citrinos no Algarve, como foi dito, detêm uma posição de destaque na citricultura nacional, mas também, e sobretudo, uma importância significativa nesta região do ponto de vista económico, social e de ocupação do território, bem

como cultural, como referimos aquando da análise do contexto sócio-cultural da citricultura⁸⁴.

4.4.1.1 - Importância económica, social e ambiental dos citrinos no Algarve

No que respeita à importância da citricultura algarvia relativamente à ocupação do território, que se reflecte no aspecto social e ambiental, há a referir que a área de citrinos no Algarve tem vindo a aumentar ao longo dos anos.

Em 1999, encontravam-se citrinos no Algarve em cerca de 10.000 explorações, o correspondente a 57% das explorações agrícolas desta região e ocupavam uma área de aproximadamente 15.000ha, o equivalente a 27% da área das culturas permanentes no Algarve e 15% da Superfície Agrícola Utilizada (INE, RGA99).

Ainda do ponto de vista social, é de referir, que a população agrícola, associada às explorações com citrinos⁸⁵, correspondia a 55% da população agrícola do Algarve e a actividade desenvolvida nestas é também uma fonte de emprego importante na região, tanto na própria actividade agrícola como nas actividades a montante e a jusante desta.

Ao nível da actividade agrícola podemos referir que, relativamente a mão-de-obra familiar, 83% dos indivíduos que residem nestas explorações também lá

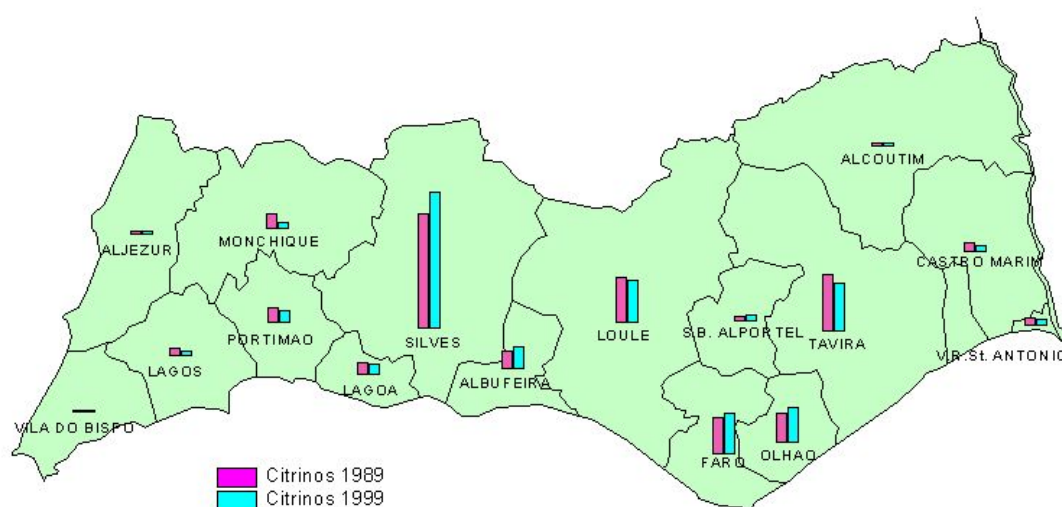
⁸⁴ Onde referimos o papel decisivo dos Portugueses na expansão dos citrinos, nomeadamente das laranjas doces. E a existência de citrinos na zona de Silves no Séc. XVI.

⁸⁵ A população agrícola do Algarve era de 47.972 indivíduos. A população agrícola associada às explorações com citrinos era de 25.996. Fonte: INE, RGA99, dados relativos a explorações com citrinos.

trabalham, ainda que não seja a tempo inteiro e, quanto a mão de obra não familiar (permanente e eventual), estas explorações surgem com 3.506 UTA (INE, RGA99). Sobre os citrinos no Algarve, que se encontram, com maior ou menor peso, em explorações sediadas em todos os concelhos, é de referir que é o concelho de Silves que concentra cerca de 40% da área citrícola da região (Quadro A.4). Os quatro concelhos que se seguem a Silves, com maior peso quanto à área citrícola algarvia, são os de Tavira, Loulé, Faro e Olhão representando respectivamente 13%, 12%, 11% e 9% da da região.

No período de 1989 a 1999, segundo os recenseamentos agrícolas, verificou-se uma redução notável no número de explorações com citrinos, cerca de duas mil, em quase todos os concelhos do Algarve. No entanto, como balanço global do Algarve, nesta década, a superfície utilizada por citrinos aumentou em cerca de 350ha. Os concelhos que se destacaram com aumentos consideráveis de área foram Silves, Olhão e Faro, (Figura 4.10).

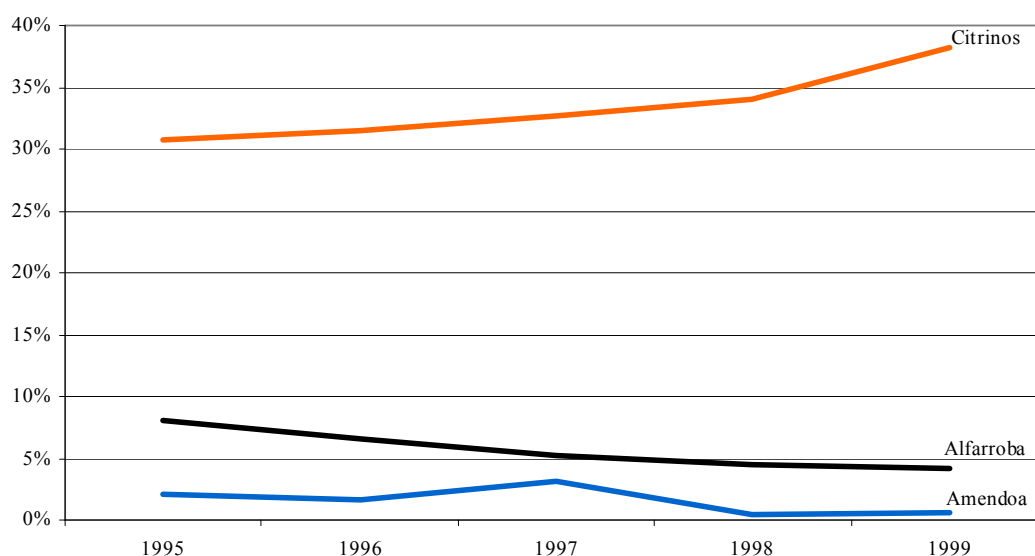
Figura 4.10 - Evolução da área de Citrinos no Algarve, por concelho - 1989/1999



Fonte: INE, RGA1989 e RGA1999 (Quadro A.4).

Assistiu-se, assim, a uma concentração da área citrícola algarvia nos concelhos de Silves, Albufeira, Faro, Olhão, S. Brás do Alportel e Tavira, que, no conjunto, viram o seu domínio de área citrícola passar de 76% em 1989, para 85% em 1999. Nestes concelhos, tendo havido um decréscimo de cerca de 1700 explorações com citrinos, houve um aumento de área citrícola de cerca de 1400ha traduzindo-se este facto num aumento da dimensão média das explorações com citrinos. Estes aumentos da área média de citrinos por exploração, bem como da área de citrinos na de culturas permanentes e na Superfície Agrícola Utilizada nestes concelhos, reflectem-se, sem dúvida, em termos de paisagem, mas denotam também a importância económica dos citrinos. Perante a crise que os frutos secos atravessavam e atravessam, designadamente a alfarroba e a amêndoa, muitos agricultores dispendo de capacidade tecnológica e financeira para a reconversão ao regadio, investiram nesta cultura, tentando tirar partido das condições edafo-climáticas favoráveis que o Algarve dispõe para o seu desenvolvimento.

Figura 4.11 - Importância do valor dos citrinos, da alfarroba e da amêndoa relativamente ao do Produto Final Agrícola no Algarve



Fonte: INE, CEA, publicação de 2003, (Quadro A.3).

Esta actividade dava um contributo de 36% para o Produto Final Agrícola da Região, em 1999, peso que tem vindo a aumentar ao longo dos anos, ao contrário do que tem acontecido com outros produtos tradicionais da região, designadamente a alfarroba e a amêndoa (frutos secos).

Os citrinos foram as plantações do Algarve que maior impacte sofreram com as medidas de política em vigor, que tinham como objectivo a reestruturação dos pomares, com vista a um aumento de competitividade da produção: Reg.797/85 e NOVAGRI no QCA I e Medida 2, acção 2, do PAMAF no QCA II. Podemos citar que, “entre 1987 e 1993, ao abrigo dos regulamentos referidos foram plantados cerca de 1768ha” (IFADAP, s/data)⁸⁶ e, de 1994 a 1999, na acção 2 da medida 2 do PAMAF⁸⁷, ”cerca de 99% do investimento foi aprovado no âmbito da componente RISA (Reestruturação e Inovação do Sector Agrícola), com particular destaque para a Fruticultura (78% do investimento do RISA). Foi para os concelhos de Silves, Faro e Tavira que se dirigiram as maiores parcelas deste investimento”.

4.4.1.2 - Estrutura da produção de citrinos no Algarve

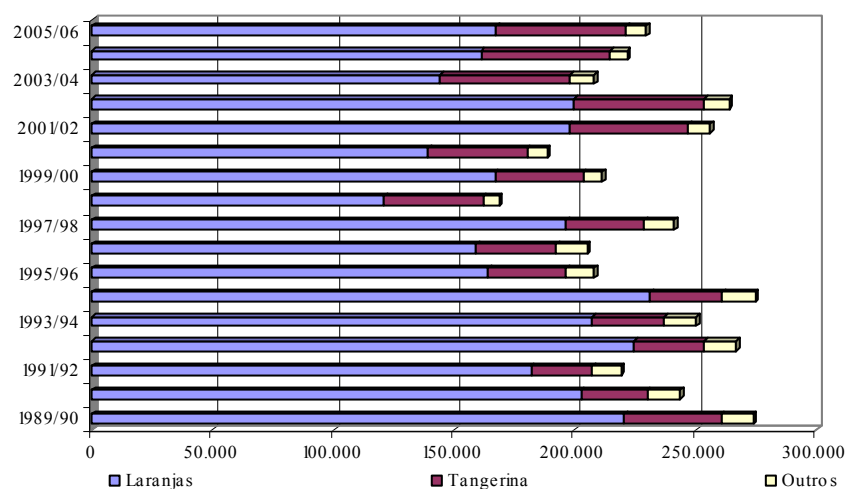
A oferta de citrinos do Algarve, como se evidencia na figura 4.12, tem variado ao longo dos anos. Esta depende não só da área ocupada por esta cultura (Quadro A.10), que tem evoluído continuamente, como das espécies que a compõem, mas

⁸⁶ - IFADAP: *A aplicação dos fundos estruturais no sector agrícola em Portugal no período 1986 a 1993, Volume VIII – Algarve*. Gabinete de Estudos e Apoio Técnico, Lisboa, pág.61.

⁸⁷ - IFADAP: *Síntese dos apoios veiculados pelo IFADAP, 1994 a 1999*, Gabinete de Estudos e Apoio Técnico, Lisboa , s/pág.

também e muito especialmente, das condições climáticas do ano em questão. Os dados do “Quadro de Produção Vegetal” evidenciam bem as alterações da produção das principais espécies, bem como da produção total dos citrinos do Algarve.

Figura 4.12 - Estrutura da produção de citrinos do Algarve (Ton) relativamente aos principais grupos de variedades (evolução 1990 a 2006)



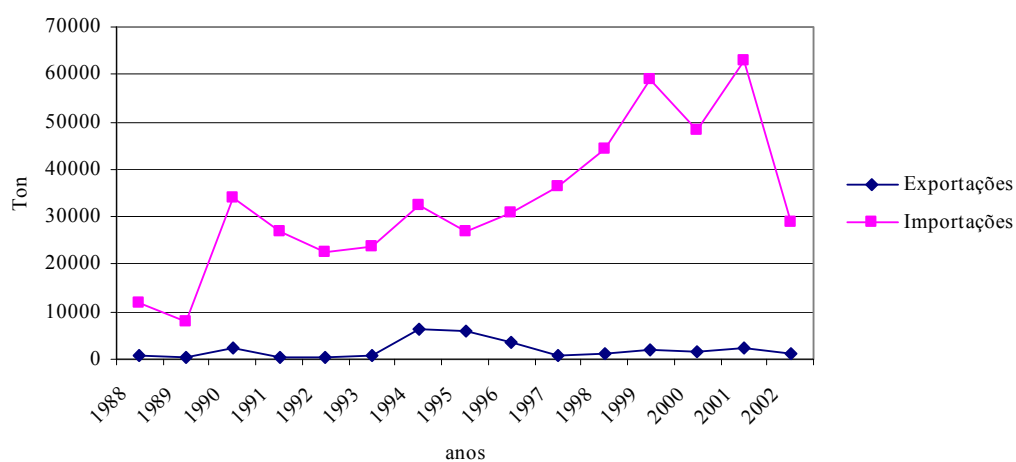
Fonte: DRAALG, Divisão de Estatística, Quadro de Produção Vegetal, (Quadro A.11)

Poderemos assim referir que a média da produção (de 1993 a 2003) do total de citrinos rondou as 227 mil toneladas. Para o período em causa deparamo-nos com médias de produção relativas ao grupo das laranjas da ordem das 178 mil toneladas, para as tangerinas de 38 mil toneladas e dos restantes, incluindo limões e outros citrinos, de cerca de 11 mil toneladas.

4.4.2 – Importações / Exportações de citrinos, realizadas por Portugal

O mercado português tem sido abastecido essencialmente pela oferta nacional⁸⁸ e, sobretudo, pelos citrinos do Algarve. Em termos de comércio externo, Portugal aparece como importador líquido e as importações de citrinos têm manifestado uma forte tendência de crescimento (figuras 4.13 a 4.15).

Figura 4.13 - Exportações / Importações (Ton.) de citrinos realizadas por Portugal

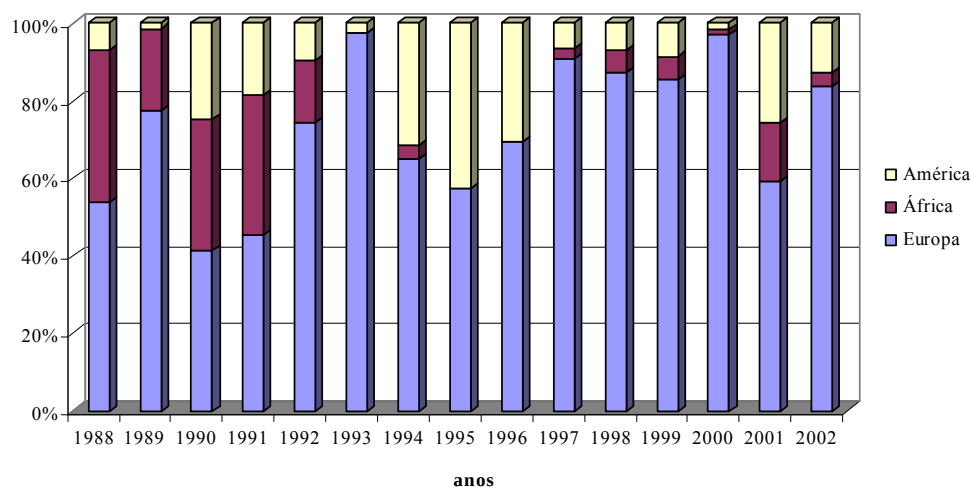


Fonte: INE, DEIS, (Quadro A.12).

As importações de citrinos por Portugal são, na sua grande maioria, originárias da Europa, designadamente de Espanha (Figuras 4.14 e 4.15).

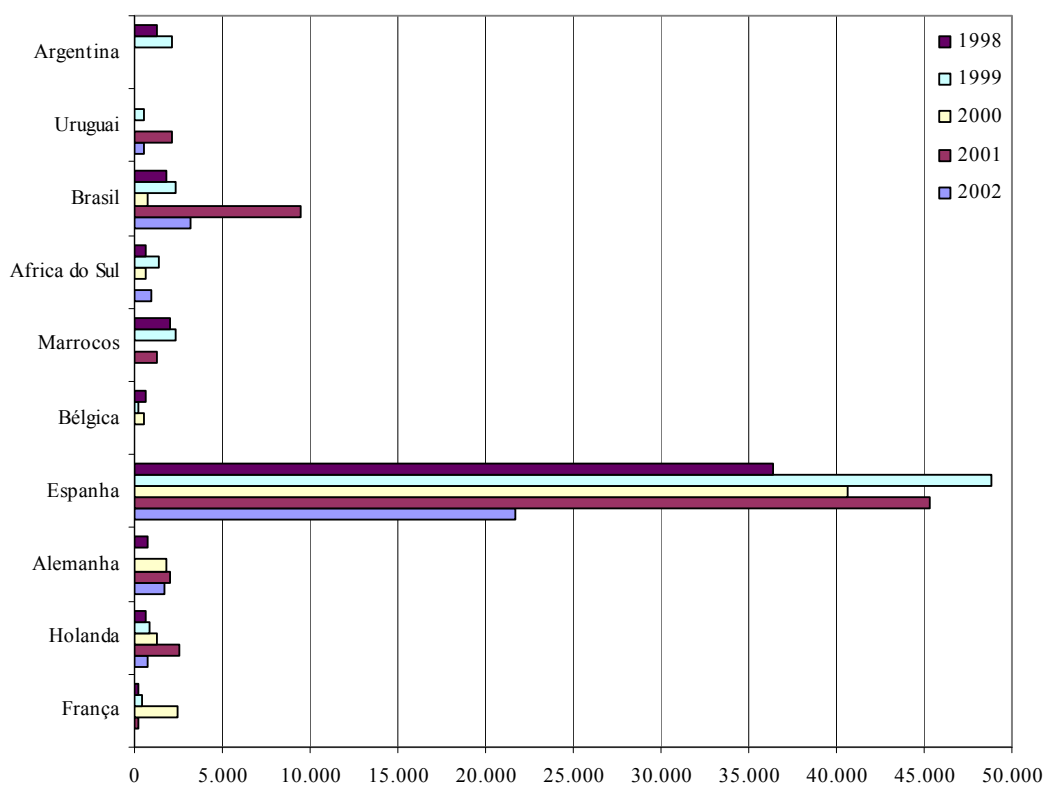
⁸⁸ Pois a diferença da produção total de citrinos nacionais e das exportações tem sido superior às importações de citrinos.

Figura 4.14 - Importações de citrinos por Portugal / Origem das importações pelos diferentes continentes (1988 / 2002)



Fonte: INE, DEIS, (Quadro A.13)

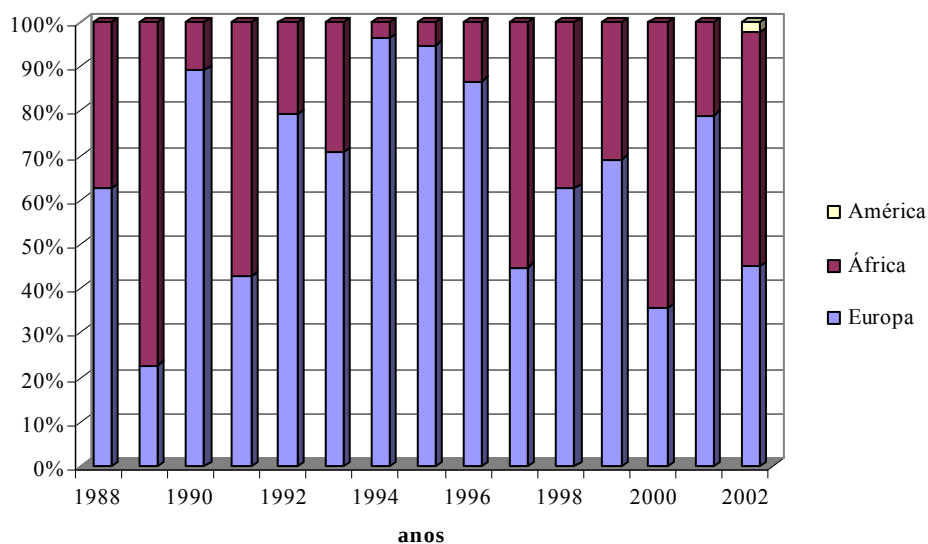
Figura 4.15 - Desagregação das importações de citrinos (Ton) relativamente aos principais países de origem (1998 / 2002)



Fonte: INE, DEIS, (Quadro A.14).

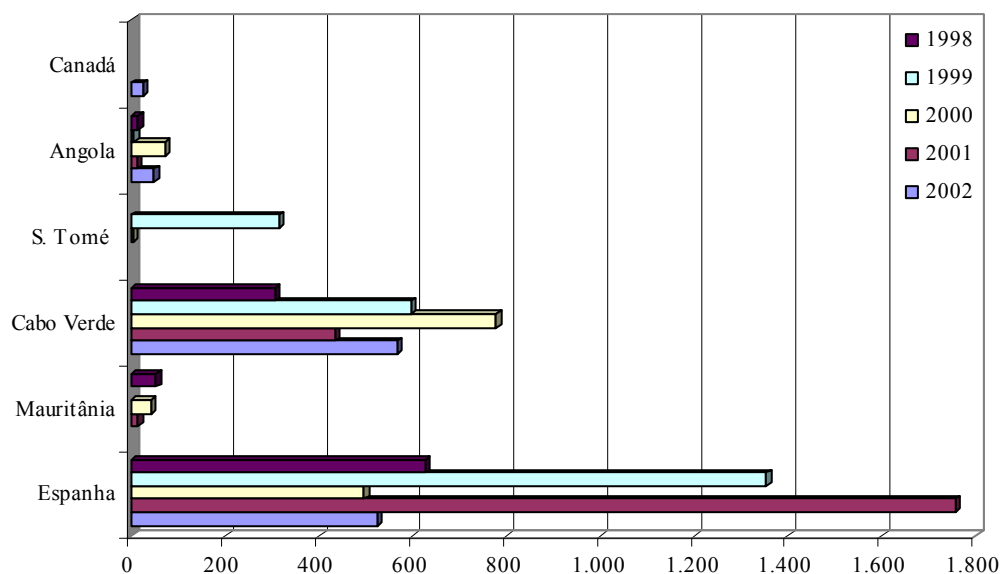
As exportações de citrinos de Portugal têm assumido valores, tanto em quantidades como em valor monetário, muito inferiores aos das importações. Aquelas têm-se direccionado sobretudo para a Europa e para África. É de realçar que as exportações para a Europa se têm dirigido para Espanha, funcionando este país como destino final ou como destino intermediário, com vista a direccionar-se a outros mercados finais. Relativamente às exportações com destino a África, estas têm-se direccionado essencialmente para Cabo Verde, S.Tomé e Angola (figura 4.16 e 4.17).

Figura 4.16 - Exportações de citrinos por Portugal / destinos das exportações para os diferentes continentes



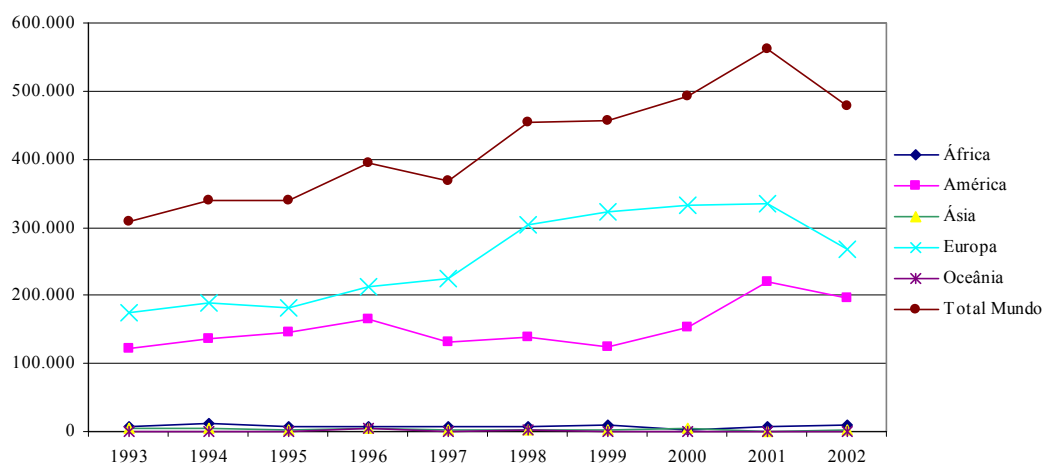
Fonte: INE, DEIS, (Quadro A.15).

Figura 4.17 - Desagregação das Exportações de citrinos (Ton) pelos principais países de destino (1998 /2002)



Fonte: INE, DEIS, (Quadro A.16)

Figura 4.18. – Evolução das importações de frutas (Ton) por Portugal (1993 a 2002)



Fonte: INE, DEIS, (Quadro A.17)

Os dados plasmados nas figuras 4.13 e 4.18 evidenciam já resultados, tanto do Mercado Único Europeu implementado em 1993, como de Reformas da OCM das frutas e legumes, bem como das negociações da OMC, levando a uma liberalização crescente dos mercados. Aqueles evidenciam a concorrência crescente a que os citrinos do Algarve estão submetidos, não só por fruta da

mesma espécie proveniente de outras origens, mas também de outros tipos de frutos que poderão funcionar como seus substitutos.

4.5 – Condicionanismos externos ao sistema citrícola algarvio

Temos consciência de que a citricultura não é um mundo isolado, isento de influências com origem noutros sectores, noutros países e noutras regiões.

Da análise anterior e, de acordo com Juliá (2000), é de prever a continuação da liderança pelos actuais principais produtores e exportadores de citrinos em fresco, entre os quais se destaca a Espanha.

Não nos parece previsível uma diminuição do consumo de citrinos, tendo em conta o crescente reconhecimento de valor dos mesmos, tanto do ponto de vista organoléptico e nutricional como para a saúde em geral.

Consideramos que a citricultura algarvia tem sido, e continuará a ser no futuro, fortemente condicionada pelas Políticas Comunitárias, bem como pela capacidade de dar resposta ao mercado, face às expectativas dos clientes bem como aos recursos disponíveis.

A União Europeia (UE) aumentou o número de países integrados (implicando desta forma maior número de consumidores por parte da UE); contudo, a citricultura portuguesa terá de se adaptar às mudanças derivadas da crescente liberalização do comércio mundial e, ao mesmo tempo, aos problemas que afectam a agricultura da UE.

Na Ronda do Uruguai do GATT, actualmente OMC, a UE tem vindo a fazer concessões relativamente à protecção contra o exterior, o que tem provocado uma maior acessibilidade ao mercado europeu, de citrinos e de outros frutos considerados seus substitutos, de procedências externas.

Simultaneamente, a garantia de certos níveis nos preços, o princípio da preferência comunitária e os subsídios à exportação irão ser eliminados.

É de salientar, também, que a União Europeia, perante as crises de segurança alimentar com que se tem defrontado nos últimos anos⁸⁹, exige que o sector agro-alimentar implemente medidas que contribuam para transmitir confiança ao consumidor relativamente a todos os produtos agrários.

4.5.1 – O principal competidor dos citrinos do Algarve

Identificámos como principais competidores dos citrinos do Algarve, os provenientes de Espanha, não só porque a maioria das importações portuguesas têm tido origem espanhola, como também devido à sua situação de proximidade relativamente a Portugal, bem como por se verificar coincidência nos períodos de produção/comercialização das variedades dominantes em ambos os países.

Sobre a distribuição da área de citrinos em Espanha, é de referir que as principais zonas produtoras se localizam nas regiões a Sul e Sueste deste país, zonas estas com condições climáticas⁹⁰ muito semelhantes às do Algarve. Sobre a estrutura da sua produção, de acordo com os dados estatísticos da FAO⁹¹ 49% do total são laranjas, 34% tangerinas e 16% limões. Os restantes citrinos (toranjas), constituem cerca de 1% da produção total de citrinos (Quadro B.5). Essa produção

⁸⁹ Designadamente “as vacas loucas” e “os frangos com dioxinas”.

⁹⁰ Mas não edáficas

⁹¹ Média da produção 2000 a 2005, dados da FAO (estatísticas de 2006)

espanhola dirige-se essencialmente ao consumo em fresco⁹² e muito especialmente à exportação, sendo Espanha, o principal exportador mundial de citrinos em fresco, cujo principal destino é a União Europeia.

⁹² Para a indústria direcciona-se só 16% da produção.

5. RESULTADOS DA INVESTIGAÇÃO E DISCUSSÃO

A análise do contexto geral da citricultura permitiu realçar a importância que esta actividade tem para o Algarve.

É de evidenciar que esta importância do ponto de vista histórico-cultural se deve, não só ao facto da sua existência remontar ao séc. XVI, como actividade económica nesta região, como também pelo importante papel que os Portugueses tiveram na difusão da laranja doce (*Citrus sinensis*) tanto pela Europa como por outros países da zona mediterrânica.

Do ponto de vista social e económico, tratando-se de frutos bastante apreciados tanto pelo seu valor alimentar, como pelos atributos organolépticos e por serem caracterizados como saudáveis, os citrinos têm vindo a desempenhar um papel importante na agricultura do Algarve, integrando-se na maioria das explorações agrícolas da região e desempenhando um contributo relevante no Produto Final Agrícola da Região. É de realçar também, o elevado número de empregos que a citricultura algarvia tem proporcionado, tanto na actividade em si como nas que se situam a montante e a jusante.

O aumento da produção de citrinos a nível mundial e a crescente liberalização da sua comercialização tem contribuído para que os citrinos do Algarve se defrontem com uma concorrência crescente de citrinos provenientes de outras origens. No sector agro-alimentar em que se inclui a citricultura, a intervenção pública para o desenvolvimento da qualidade é muito importante e nalguns países tem-se verificado que os regulamentos implementados não se têm limitado a fixar

prescrições relativas à “saúde pública” e ao ambiente tendo ido mais além com o objectivo de proteger também certas características dos produtos relacionados com uma tradição nacional ou de uma região.

O sucesso de políticas, tendo em vista o desenvolvimento, advém da capacidade de identificar o comportamento global da oferta e da procura nos mercados.

A citricultura tem sido das actividades agrícolas que, a nível do Algarve, tem sofrido maior impacte com medidas de política que foram implementadas com vista à melhoria da competitividade.

Do ponto de vista político legal é de salientar que a última reforma da PAC, bem como da OCM das frutas e legumes, orientar-se-ão para os consumidores e para os contribuintes, deixando aos agricultores a liberdade de adaptarem a sua produção às necessidades do mercado. Estas têm por objectivo garantir o rendimento dos agricultores, encorajando-os a reagir aos sinais de mercado, produzindo aquilo que o consumidor deseja. É de realçar também que se pretende estimular o consumo de frutas, cujas vantagens para a saúde ficaram evidentes e que, à atribuição de qualquer tipo de subsídio estará subjacente o respeito por normas ambientais e de segurança alimentar.

Assim, qualquer política deve ter como principal objectivo promover a evolução da oferta, nos diferentes níveis do sistema citrícola, relativamente a certas características ou prestações dos produtos, com vista a melhor corresponder ao interesse dos diferentes clientes, o que em última análise deverá significar dar resposta positiva às pretensões e expectativas dos consumidores.

Por isso, no primeiro ponto deste capítulo, faremos uma análise dos critérios de compra utilizados pelos consumidores finais no mercado, que se têm apresentado com maior importância para a comercialização dos citrinos do Algarve.

5.1 - Critérios de compra mais valorizados pelos consumidores finais dos citrinos do Algarve

Vimos anteriormente, no capítulo 4.4, que os citrinos do Algarve se destinam essencialmente ao mercado nacional. Por isso, e tendo em consideração a importância que o mercado tem para o desenvolvimento de uma actividade, analisaremos, neste capítulo, os critérios mais valorizados pelos consumidores finais em Portugal, quando adquirem citrinos.

Para o efeito utilizámos dados obtidos através do inquérito (Apêndice 1)⁹³, que serviu de suporte a um estudo de mercado a nível nacional, da responsabilidade do Centro Tecnológico de Citricultura.

Através dos referidos dados, foram identificados os atributos de qualidade que os consumidores portugueses mais valorizam, quando procedem à aquisição de citrinos sem saber qual a sua origem, bem como quando lhes atribuem uma conotação com a origem Algarve.

5.1.1 - Critérios de compra utilizados pelos consumidores finais portugueses na aquisição de citrinos.

As respostas à pergunta, sobre quais as características/factores que os consumidores mais valorizam quando adquirem citrinos, permitem-nos destacar, como se apresenta no quadro 5.1, que o aspecto visual (cor, brilho, ausência de

⁹³ O apêndice 1 inclui o questionário de suporte ao estudo de mercado, onde se incluíram as questões que considerámos relevantes para o nosso estudo (apêndice 1a), a ficha técnica do estudo (apêndice 1b) e os resultados relativos às respostas das questões que considerámos importantes para a redacção do texto (apêndice 1c).

defeitos na casca) e o preço foram citados respectivamente por 60% e por 44% dos inquiridos, como factores considerados de grande importância no acto da compra.

Quadro 5.1 - Factores considerados importantes, para os consumidores nacionais quando adquirem citrinos

Factores de compra de citrinos	Frequência
O aspecto visual (côr, brilho, ausência de defeitos na casca)	60%
O preço	44%
O cheiro/aroma	26%
A espessura da casca (fina ou grossa)	22%
O peso (densidade)	19%
O tamanho (calibre)	19%
A região/ país de origem	15%
A variedade	15%
A consistência (dureza)	11%
A sugestão do comprador	10%
Outros factores	8%

Fonte: Quadro AP-1c.1

A estes atributos seguem-se o aroma com 26% e a espessura da casca, o calibre (tamanho) e o peso com citações da ordem dos 20%. A importância atribuída à região/país de origem e à variedade é referida apenas por 15% dos inquiridos.

Pretendendo ir mais além na identificação dos atributos/factores de qualidade dos citrinos, que os consumidores consideram relevantes, colocou-se uma outra questão na qual se desagregou o atributo *compositum* “aspecto visual” em “ausência de manchas/defeitos na casca” e “côr” e introduziram-se também outros atributos, como a ausência de resíduos de pesticidas, a quantidade de sumo e a doçura.

Quadro 5.2 - Atributos de qualidade mais valorizados, quando da aquisição de citrinos, ordenados de forma decrescente de valoração

Atributos de qualidade	Frequências 1º	Frequências 2º	Frequências 3º	Frequências
Ausência de manchas/defeitos na casca	34%	12%	13%	58%
Doçura	18%	15%	16%	48%
Aroma / Cheiro	10%	20%	16%	44%
Cor	9%	17%	17%	41%
Quantidade (%) de sumo	17%	16%	10%	41%
Ausência de resíduos de pesticidas	9%	10%	10%	28%
Facilidade em descascar	3%	5%	10%	17%
Ausência de sementes	0%	3%	5%	8%
Acidez	1%	1%	3%	5%

Fonte: QuadroAP-1c.2

Tendo sido solicitado⁹⁴ aos inquiridos para ordenarem de forma decrescente de importância os três atributos que mais valorizam quando adquirem citrinos, como se pode observar no quadro 5.2, surgiu a “ausência de manchas/defeitos na casca” como o atributo mais valorizado, face às suas citações em primeiro lugar, em segundo ou em terceiro lugar, e correspondendo a 58% dos respondentes. Seguiram-se a doçura com 48% de referências, o aroma com 44%, sendo a cor e a quantidade de sumo mencionadas por 41% dos inquiridos. A ausência de resíduos de pesticidas aparece referida por 28% dos inquiridos.

Portanto, perante as opiniões dominantes, pudemos concluir que o aspecto exterior (conotado essencialmente com a ausência de manchas e defeitos), a doçura e o preço são os atributos considerados de maior importância pelos consumidores que foram abrangidos por este inquérito de opinião.

⁹⁴ Foi-lhes apresentado um cartão com os atributos de qualidade em questão.

Esta conclusão resulta da ideia que os consumidores têm perante citrinos cuja origem desconhecem. Pareceu-nos de extrema importância perceber qual a opinião dos consumidores perante o facto de se explicitar a origem como sendo o Algarve.

5.1.2 - Qualificação atribuída aos citrinos do Algarve, relativamente aos de outras origens e características que lhes conferem a reputação.

No estudo referido anteriormente, incluíram-se também questões sobre os citrinos do Algarve de modo a formar um juízo fundado sobre a sua notoriedade e reputação.

Os consumidores, colocados perante a questão do conhecimento dos citrinos do Algarve (ou se já ouviram falar deles), 88% afirmaram conhecê-los (Quadro 5.3).

Quadro 5.3 - Notoriedade dos citrinos do Algarve

Notoriedade dos citrinos do Algarve	Frequência
Sim	88%
Não	12%

Fonte: QuadroAP-1c.10

Quanto à opinião que os consumidores nacionais têm dos citrinos do Algarve, comparativamente com os de outras proveniências, cerca de 64% dos que responderam⁹⁵ (Quadro 5.4) consideram que os citrinos do Algarve têm mais qualidade. Quanto às razões em que fundamentam a resposta anterior,

⁹⁵ Foram 882 os inquiridos que responderam a esta questão.

constatámos, que em 552 respostas efectivas⁹⁶, 56% referiram por serem mais doces, 15% por terem mais sumo e 13% por terem melhor sabor.

Quadro 5.4 - Opinião que os inquiridos têm dos citrinos do Algarve, comparativamente a citrinos de outras proveniências

Posicionamento	Frequência
Tem maior qualidade	64%
Tem uma qualidade equivalente	23%
Tem pior qualidade	2%
Não sabe	12%

Fonte: QuadroAP-1c.11

Dos inquiridos que conheciam os citrinos do Algarve ou que já tinham ouvido falar destes, 79%, referiram que se os encontrassem à venda perto de si, de certeza ou provavelmente passariam a comprá-los (quadro 5.5).

Quadro 5.5 - Comportamento dos inquiridos no caso de diferenciarem, quando da compra, os citrinos do Algarve relativamente aos de outras proveniências

Comportamento	Frequência
De certeza que passaria a comprar	42%
Provavelmente passaria a comprar	37%
Provavelmente não passaria a comprar	4%
De certeza que não passaria a comprar	3%
Não sabe	14%

Fonte: QuadroAP-1c.13

Assim, face aos resultados obtidos para os citrinos do Algarve concluímos, que a sua notoriedade e reputação positiva, e que mais sumo, mais sabor e especialmente mais doçura, são atributos que os diferenciam positivamente, relativamente à qualidade de citrinos de outras origens. É de realçar que a

⁹⁶ Dos inquiridos que atribuíram aos citrinos do Algarve maior qualidade, quando confrontados com a questão sobre qual a razão que os levava a ter tal opinião, 11 não responderam ou disseram que não sabiam, e entre outras respostas como se pode constatar no quadro AP-1c.12, 310 referiram porque são mais doces, 94 porque têm mais sumo e 83 porque têm melhor sabor.

“doçura” foi o segundo atributo mais valorizado (por 48%) pelos inquiridos quando não conheciam a origem.

5.1.3 - Reconhecimento de símbolos de qualidade europeia

Como actualmente as orientações das políticas comunitárias, naquilo que respeita à qualidade, vão no sentido da defesa do ambiente e da segurança alimentar, foi também nosso objectivo perceber se os consumidores consideram, no acto da compra, determinados símbolos instituídos a nível comunitário, como é o caso do de uma Indicação Geográfica Protegida (IGP), que referencia uma qualidade cuja origem se atribui em grande parte ao território donde provém o produto, e o de Protecção Integrada (PI) cuja qualidade advém de uma técnica de produção com recurso a um mínimo de pesticidas não tóxicos.

Quadro 5.6 - Reconhecimento da sigla/símbolo de IGP

Conhece a sigla/símbolo IGP?	Frequência
Sim	20%
Não	80%

Fonte: QuadroAP-1c.14

Perante a apresentação da sigla/símbolo IGP, constatámos (Quadro 5.6) que a esmagadora maioria dos consumidores nacionais (80%) não reconhece aquele símbolo, o qual foi identificado somente por 20%.

Relativamente ao símbolo de Protecção Integrada, apenas cerca de um quarto (27%) afirmaram já ter visto à venda produtos com aquele símbolo (Quadros 5.7).

Quadro 5.7 - Reconhecimento do símbolo de Protecção Integrada

Protecção Integrada	Conhece o símbolo?
	Frequência
Sim	27%
Não	73%

Fonte: QuadroAP-1c.4

Nesta análise é de destacar a coerência dos resultados, relativamente ao reconhecimento do símbolo de Protecção Integrada e a valorização do atributo de qualidade “ausência de resíduos de pesticidas” quando adquirem citrinos, com resultados muito semelhantes, respectivamente de 27% e de 28% (Quadros 5.7 e 5.2).

*

*

*

Em suma, podemos concluir que, os três atributos de qualidade mais valorizados pelos consumidores nacionais na aquisição de citrinos, quando não têm conhecimento da sua origem, foram o “aspecto exterior” (ausência de manchas), a “doçura” e o “preço”. Os citrinos do Algarve evidenciaram reputação positiva relativamente aos provenientes de outras origens, especialmente devido à sua doçura, sumo e sabor. Só cerca de um quarto dos consumidores dão valor aos efeitos nefastos dos pesticidas, quando adquirem citrinos. Apurámos também que os símbolos de qualidade europeia são pouco reconhecidos como tal.

Nos capítulos seguintes, far-se-á uma análise do sistema citrícola algarvio, considerando as interacções dos subsistemas da produção e da respectiva

comercialização, devido à necessidade de se ter em conta o intercâmbio de produtos e informações entre ambos e devido também às repercussões, para ambos os subsistemas, bem como para os consumidores finais, das decisões que se tomam a qualquer nível do sistema. Como refere Caldentey (1986 e 1992) a comercialização e a produção estão muito relacionadas e o estudo de cada uma destas áreas deve ter em conta a outra.

5.2 - A comercialização dos citrinos do Algarve

O subsistema comercialização dos citrinos compreende diferentes actividades, desde a sua produção até que estes são adquiridos pelos consumidores finais. Neste subsistema, participam diversas entidades ou pessoas que constituem os agentes de comercialização. Ao longo do processo de comercialização, os citrinos são sujeitos a diferentes operações, designadamente: a colheita, a desverdização, a selecção e limpeza, a normalização, o armazenamento, a conservação no frio, a embalagem e o transporte, que podem afectar, directa ou indirectamente, a receptividade dos consumidores à sua aquisição.

A colheita, é uma operação que se pode considerar integrada na fase final do processo de produção, ou como a primeira operação da comercialização. Este facto depende da forma como se efectua a primeira venda. Se esta é “venda na árvore”, a colheita é geralmente da responsabilidade do comprador (agente de comercialização). Se, pelo contrário, é “venda à porta da exploração” ou “venda no armazém do comprador” a colheita é da responsabilidade do produtor.

Do ponto de vista da “qualidade” a colheita, nos citrinos, é uma operação muito importante, pois o período em que se realiza e a forma como se efectua pode interferir na sua qualidade intrínseca e/ou extrínseca. A valorização dos mesmos no mercado dependerá bastante do estado em que estes se encontrem.

A desverdização dos citrinos é uma operação destinada a transformar os frutos, que foram colhidos com características intrínsecas aceitáveis para os consumidores, mas ainda com aspecto de verdes, em produtos mais atraentes

quanto ao aspecto (cor). Quando realizada atempadamente, sem que os mesmos tenham a percentagem de sumo e de grau de Brix aceitáveis, pode confundir o consumidor quanto à qualidade, pois o produto com aspecto atraente pode não deter as qualidades intrínsecas, de sabor e de sumo desejáveis.

A limpeza e classificação dos citrinos são operações obrigatórias no processo de comercialização, que têm por objectivo retirar terra ou outras substâncias estranhas, que possam vir junto aos frutos, e separá-los por categorias de “qualidade”, normalmente “extra”, “primeira” e “segunda”.

A etiquetagem tem como objectivo identificar os frutos quanto à sua procedência, características e marca comercial, facilitando, assim, a compra dos mesmos pelos diferentes tipos de distribuidores bem como pelos consumidores.

O armazenamento e a conservação em frio permitem regular a oferta dos citrinos de acordo com as necessidades do mercado, preservando e mantendo estes produtos aptos para o consumo, durante um maior período de tempo.

O acondicionamento é a operação que tem como função principal colocar os citrinos em caixas ou outras embalagens adequadas, para proteger os frutos de danos físicos e de agentes exteriores durante o transporte e/ou armazenamento. A embalagem é efectuada normalmente pelos produtores ou grossistas situados na região de origem. As embalagens normalmente utilizadas são caixas de cartão, de madeira, de plástico, normais ou tipo “chep” e sacos de rede.

A carga, descarga e transporte são diferentes operações necessárias para colocar os citrinos nos armazéns, nos veículos de transporte e nos pontos de venda.

O transporte de produtos é a operação que permite pô-los à disposição dos diferentes compradores. Em linhas gerais podem distinguir-se três itinerários principais: o que vai do produtor a um agente de comercialização na região; o que vai do produtor e ou dos grossistas na origem aos grossistas nos centros de consumo; e o que vai dos grossistas nos centros de consumo para os retalhistas. Para a realização deste serviço a maior parte dos diferentes agentes do processo de comercialização contrata os serviços de agências de transporte, ainda que alguns disponham de camiões de diferentes tonelagens para os seus produtos.

A distribuição é realizada pelos grossistas nas zonas de consumo e/ou por retalhistas, para fornecer os seus clientes com as qualidades e quantidades adequadas.

Este capítulo tratará essencialmente, da análise do comportamento dos agentes na região de origem, com vista a compreender a estrutura e o funcionamento destes e identificar os canais de distribuição mais importantes, do ponto de vista social e económico, para os citrinos do Algarve.

Do ponto de vista jurídico, os agentes são empresários em nome individual ou sociedades comerciais que se dedicam à compra e venda de citrinos por grosso. Para a compreensão da estrutura e do funcionamento dos agentes que intervêm na comercialização dos citrinos do Algarve, a nossa análise incidiu nos que estão sediados no Algarve, que detêm “central fruteira”, e que procedem à primeira

venda dos citrinos depois da sua preparação. O nosso estudo foi relativo a uma amostra⁹⁷ que, como foi mencionado na metodologia, incluiu empresários em nome individual, Sociedades Comerciais não Organizações de Produtores e associações reconhecidas como Organizações de Produtores (quadro AP-2a.1).

5.2.1 – Estrutura e funcionamento dos agentes de Comercialização

Relativamente à origem dos citrinos que estes agentes comercializavam⁹⁸ pudemos concluir que os citrinos do Algarve eram comercializados por todos os entrevistados, se bem que alguns deles comercializassem também citrinos provenientes de outras origens, designadamente de “outras regiões do país” e de Espanha.

A quantidade de citrinos de outras origens não era relevante, pois 96% da quantidade total dos citrinos que comercializavam era proveniente do Algarve. Dos citrinos do Algarve, comercializados por estes agentes, 81% destinavam-se ao consumo em fresco e os restantes 19% iam para a indústria.

⁹⁷ A amostra dos agentes de comercialização dos citrinos do Algarve, foi uma amostra representativa e estratificada, incluindo 55 agentes de comercialização, 34 empresários em nome individual, 15 sociedades comerciais não Organizações de Produtores e 6 associações reconhecidas como Organizações de Produtores.

⁹⁸ De acordo com os dados recolhidos nas nossas entrevistas (questionário em apêndice 2.a) e pelo quadro AP-2b.1.

Considerando as quantidades médias comercializadas por agente⁹⁹, pudemos inferir, para o ano agrícola 2002/2003, que o total de citrinos do Algarve comercializados por estes agentes foi de 216 862 toneladas¹⁰⁰ (Quadro AP-2b.1).

A indústria desempenha, sem dúvida, um papel muito importante na rentabilidade/sustentabilidade da citricultura algarvia, pois permite o escoamento de citrinos com qualidade extrínseca mais inferior, e contribui, desta forma, para uma melhoria da qualidade relativa ao aspecto exterior dos citrinos do Algarve. Contudo, a nossa análise no que respeita a este canal de distribuição não irá mais além e a nossa investigação incidirá essencialmente nas questões que se colocam aos citrinos do Algarve para dar resposta ao mercado para consumo em fresco.

5.2.1.1 - Quantidades comercializadas de citrinos do Algarve, por tipo e nº de agentes (Produtores, Intermediários Grossistas e Organizações de Produtores)

Os agentes (empresários em nome individual, sociedades comerciais e Organizações de Produtores) que comercializam os citrinos do Algarve, identificam-se comumente no sistema citrícola, como produtores, como “intermediários grossistas” e como Organizações de Produtores. Assim, tendo em vista uma melhor compreensão do funcionamento deste subsistema citrícola considerámos: como produtores, os agentes que de forma individual ou como sociedade, comercializavam essencialmente (pelo menos 75%) citrinos de suas

⁹⁹ Cada agente comercializou em média 2.522 toneladas de citrinos do Algarve e com um grau de confiança de 95%, podemos referir que a produção média comercializada por agente oscilou entre 1.429 e 3.614 toneladas;

¹⁰⁰ Apresentando um erro padrão de ± 4040 toneladas.

explorações ou das de seus associados; como “intermediários grossistas” os que do ponto de vista jurídico são empresários em nome individual ou sociedades dedicando-se à compra e venda de citrinos por grosso, podendo ter ou não produção própria e como Organizações de Produtores (OP) as cooperativas de agricultores ou outro tipo de associações que comercializavam “essencialmente” a produção dos seus associados e foram reconhecidas, como figura jurídica deste tipo, pelo Ministério da Agricultura.

Com base nesta tipologia, é de referir que, dos agentes que comercializavam citrinos do Algarve, procedendo à sua primeira venda após a preparação dos mesmos, 56% destes eram intermediários grossistas (40% com produção própria, e 16% sem produção própria); 33% eram produtores e 11% eram Organizações de Produtores.

Estes agentes, como referido anteriormente, comercializaram todos eles citrinos do Algarve, apenas 7% destes agentes adquiriram também citrinos noutras regiões do País e 18% em Espanha.

Quadro 5.8 – Percentagem de citrinos provenientes do Algarve, comercializada por tipo de agente

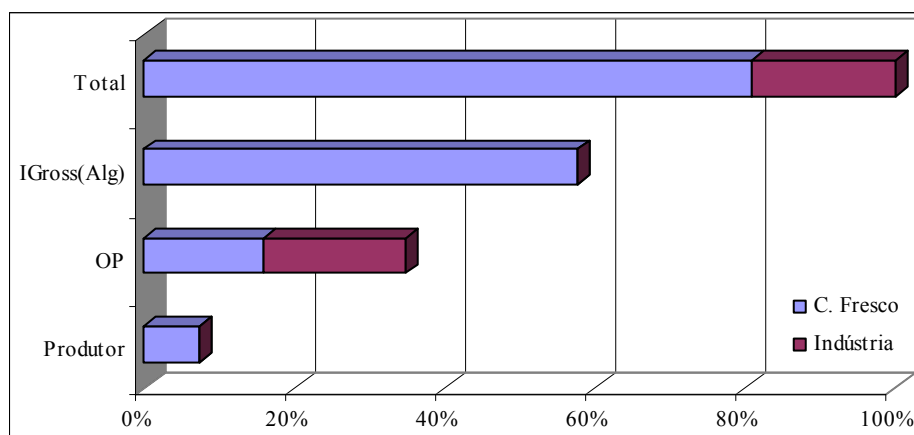
Tipo de agente	Algarve / Total Comercializado
Produtor	100%
OP	97%
IGross(Alg) c/prod	95%
IGross(Alg) s/prod	92%
Total	96%

Fonte: Quadro AP-2c.1

A totalidade dos citrinos comercializados pelos produtores era proveniente do Algarve, e foram as Organizações de Produtores e os intermediários grossistas que

comercializaram citrinos também de outras regiões do país e de Espanha (Quadro 5.8).

Figura 5.1 - A comercialização dos citrinos do Algarve, feita pelos diferentes tipos de agentes



Fonte: Quadro AP.2c.2''

Os intermediários grossistas evidenciaram-se como dos agentes com maior “peso” na comercialização dos citrinos do Algarve, transaccionando 58% da produção do Algarve, seguidos das OP com 35%¹⁰¹ e dos Produtores com 7% (Figura 5.1).

5.2.1.2 - Adequação das centrais à legislação em vigor

Esta investigação teve também em vista esclarecer aspectos internos das empresas, no que respeita ao cumprimento de imperativos legais em vigor, que possam pôr em causa a continuidade da actividade.

¹⁰¹ O “peso” que as OP detêm na comercialização dos citrinos do Algarve, para consumo em fresco é de cerca de 16% e, para a indústria, de 19%.

Sobre as quantidades transaccionadas pelas OP para a indústria é de referir que todos os produtores que pretendam enviar citrinos para a indústria, beneficiando das ajudas comunitárias que lhes estão associadas, deverão ser sócios de uma OP ou estabelecer com alguma destas um contrato específico para o efeito.

Constatou-se que, duma forma geral, os agentes não cumpriam os requisitos legais, com excepção do que se referia a “equipamentos” em que a percentagem de centrais, em conformidade com o que lhes é exigido por lei, ascendia aos 85%. No que respeita a instalações, meios de transporte, gestão dos resíduos, abastecimento de água e saneamento básico, bem como quanto ao pessoal e sistema de auto controlo, as Centrais apresentaram frequências relativas ao cumprimento dos imperativos legais sempre inferiores a 50%, assumindo estas para alguns, valores muito baixos, designadamente, 25% relativamente à gestão de resíduos, 16% para o pessoal, 13% para as instalações e 5% relativamente à implementação dum sistema de auto controlo (Quadro 5.9).

Quadro 5.9 - Tipos de agentes (Produtor/OP/IGross.), cumprimento dos requisitos legais e predisposição para investir com vista à adequação ao que lhes é exigido

Tipo de Operador	Total	Cumprem os requisitos legais relativamente a :									Se não cumprem os requisitos, estão dispostos a:			
		Instalações	Equipamentos	M. Transporte	Resíduos	Abast. de água	Saneamento básico	Pessoal	Sist. de Autocontrolo	IGP	Investir	Pagar as Coimas	Abandonar o negócio	Investir ou aband.
Produtor	18	17%	67%	17%	11%	17%	22%	11%	6%	28%	56%	0%	22%	17%
OP	6	0%	83%	50%	33%	83%	83%	67%	0%	83%	100%	0%	0%	0%
IGross(Alg) c/prod	22	14%	95%	45%	36%	45%	27%	9%	5%	18%	59%	5%	18%	18%
IGross(Alg) s/prod	9	11%	100%	67%	22%	56%	22%	11%	11%	0%	67%	0%	22%	11%
Total	55	13%	85%	40%	25%	42%	31%	16%	5%	25%	64%	2%	18%	15%

Fonte: Quadro AP-2c.6

No que respeita aos meios de transporte, foram os Intermediários Grossistas que melhor se adaptaram às exigências legais. Pudemos constatar uma taxa de

cumprimento nesta área, da ordem dos 67% nos intermediários grossistas sem produção própria e de 45% quando tinham produção própria (Quadro 5.9).

Verificámos também que, a maioria dos agentes que não cumpre os requisitos legais está disposta a investir (64%). Mas é de evidenciar que, cerca de um terço (33%) dos inquiridos, distribuindo-se por produtores e intermediários, não estão dispostos a investir, tendo referido “acabar por abandonar o negócio”, 18% dos agentes, ou que “a predisposição para o investimento estará dependente dos montantes exigidos para o efeito”, 15% (Quadro 5.9).

Podemos assim evidenciar, quanto à adequação aos imperativos legais por parte das centrais dos diferentes tipos de agentes de comercialização dos citrinos do Algarve, que a mesma está muito aquém do exigido. Só relativamente a equipamentos se constatou que praticamente todos os tipos de agentes cumpriam os requisitos legais. As OP foram as que melhor se têm adequado, recorrendo para o efeito a subsídios comunitários. Contudo, apesar dos investimentos que se têm vindo a verificar nas Organizações de Produtores ao longo dos últimos anos¹⁰², constatámos que nenhuma das OP inquiridas cumpria todos os requisitos legais, designadamente no respeitante às exigências relativas às instalações e pelo facto de ainda não terem sistema de auto controlo implementado.

¹⁰² Quadro AP 2c.7 e “Balanço da aplicação dos fundos comunitários ao subsistema citrícola (comercialização/transformação) do Algarve” em Apêndice 2d.

A taxa de cumprimento dos imperativos legais relativamente às instalações, à gestão dos resíduos, ao pessoal e à implementação dum sistema de auto controlo, apresentava-se muito baixa para qualquer tipo de agente.

Seguidamente analisar-se-ão, as formas dominantes de aquisição dos citrinos do Algarve pelos diferentes tipos de agentes de comercialização e o apoio técnico que estes disponibilizavam aos respectivos citricultores seus fornecedores, pois estes são aspectos que poderão contribuir decisivamente para uma gestão eficiente do produto, tendo em conta as exigências dos clientes.

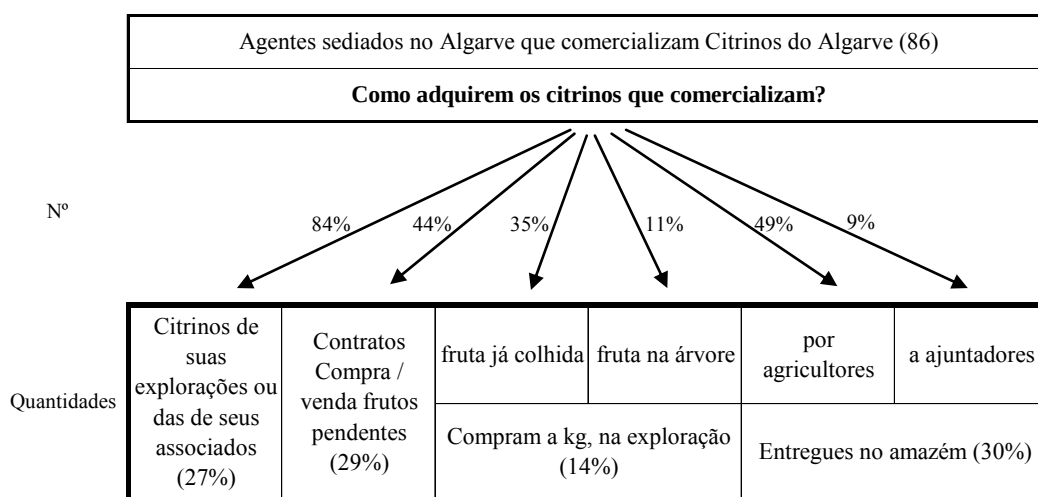
5.2.2 - Formas de aquisição dos citrinos do Algarve e apoio técnico disponibilizado pelos diferentes tipos de agentes de comercialização

Os citrinos do Algarve, comercializados pelos diferentes tipos de agentes, podem ser obtidos de diferentes formas, exercendo estas influências decisivas na gestão do produto. Em síntese, os citrinos do Algarve que estes agentes comercializam, podem ser de suas explorações ou das de seus associados, ou adquiridos através de contratos de compra e venda de frutos pendentes, “arrendamentos na árvore”, e, desta forma, os agentes poderão planear a gestão do produto, como também poderão ser adquiridos na exploração (a quilos, fruta já colhida ou na árvore) ou no armazém aos agricultores e/ou a ajuntadores, e nestes casos não poderão fazer qualquer tipo de planeamento.

Este ponto teve em vista a análise da aquisição dos citrinos do Algarve pelos diferentes tipos de agentes de comercialização, bem como do apoio técnico que é disponibilizado por estes aos seus fornecedores com vista à aquisição de produtos de qualidade.

Assim, quanto à forma como os agentes obtêm os citrinos do Algarve que comercializam, há que mencionar que 84% dos inquiridos comercializavam citrinos provenientes das suas explorações ou das de seus associados, 49% referiram adquirir citrinos aos agricultores no armazém e 44% indicaram os contratos de arrendamento como uma das formas de aquisição dos frutos. Ainda dos inquiridos, 35% mencionaram adquirir fruta já colhida, a quilos na exploração, enquanto que, na árvore, a quilos, ou no armazém a ajuntadores, apenas referiram 11% e 9% respectivamente (Figura 5.2).

Figura 5.2 - Percentagens pelas diferentes formas de aquisição dos citrinos do Algarve, relativamente às quantidades comercializadas e ao respectivo número de agentes.



Fonte: Quadros AP.2b.1 e AP-2c.3

Por tipo de agente, o nosso estudo permitiu salientar, que recorrem normalmente a mais do que uma forma de aprovisionamento.

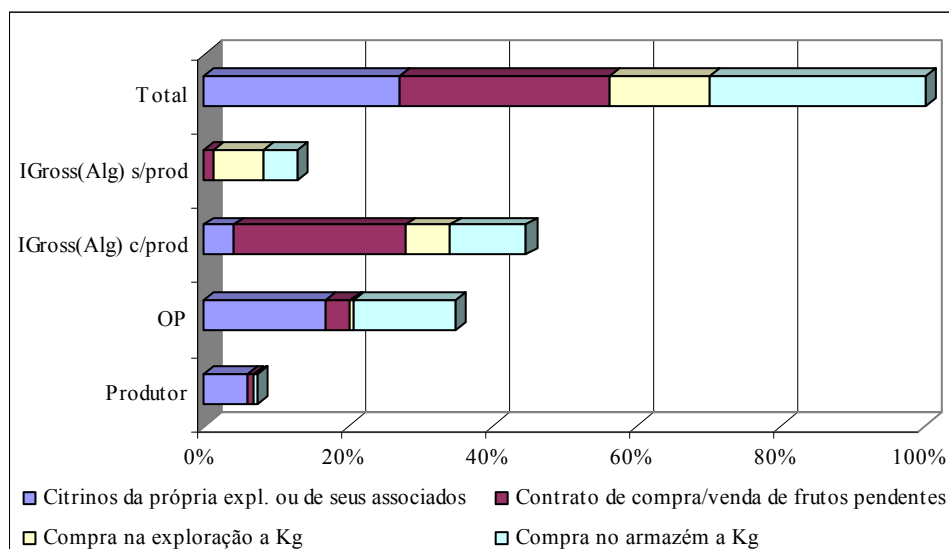
Constatámos que os intermediários grossistas, com produção própria, comercializam todos eles (100%) citrinos provenientes de suas explorações, mas 73% referiram também adquirir citrinos através de contratos de compra e venda de frutos pendentes e no armazém aos próprios agricultores.

Quanto aos intermediários grossistas sem produção própria, verificámos que todos eles adquirem citrinos nas explorações. Destes intermediários grossistas, 56% referiram adquirir também citrinos no armazém aos produtores e 44% através de contratos de frutos pendentes, “arrendamento na árvore”.

Todas as organizações de produtores, bem como todos os produtores, indicaram as próprias explorações e as de seus associados como fornecedoras dos citrinos que comercializam. Referiram, porém, também com algum relevo, a compra no armazém a agricultores e a aquisição através de contratos de frutos pendentes.

Pelo exposto, devido à forma como aprovisionam os citrinos que comercializam, os agentes terão assegurado previamente o abastecimento de pouco mais de 50% dos citrinos do Algarve que comercializam (56%), pois adquirem cerca de 29% através de contratos de compra/venda de frutos pendentes (arrendamentos na árvore) e 27% são de suas explorações ou das de seus associados. Efectivamente, estes agentes não têm previamente garantia de abastecimento duma parte significativa dos citrinos que comercializam (44%), pois estes são adquiridos nas explorações a quilos, fruta na árvore (5%) ou já colhida (9%) e outros entregues pelos agricultores ou por ajuntadores nos armazéns das respectivas centrais fruteiras (Figuras 5.2 e 5.3).

Figura 5.3 - Tipos de agentes, quantidades comercializadas e formas de aquisição dos citrinos do Algarve que estes comercializam (2002/2003)



Fonte: Quadro AP.2c.3

O apoio técnico que os agentes de comercialização fornecem aos agricultores seus fornecedores pode ser de uma importância primordial para a obtenção de produtos de qualidade, isto é, de citrinos que vão ao encontro das exigências/expectativas dos clientes.

No que respeita a este apoio técnico, pudemos constatar que apenas 29% referiram fazê-lo (Quadro 5.10). O apoio traduziu-se essencialmente na orientação quanto às operações culturais a levar a cabo, designadamente tratamentos fitossanitários (29%), indicação dos períodos adequados para a colheita (26%) bem como quanto às fertilizações (24%) e podas (16%), com vista a conseguir produto com a qualidade desejada.

Quadro 5.10 – Tipos de agentes de comercialização e apoio técnico dado aos respectivos fornecedores com vista à obtenção de produto de qualidade

Tipo de Operador	total	Presta apoio técnico								
		Aos seus fornecedores	Oper. cult. a levar a cabo	Tratam. Fitossanitários a adoptar	Rega	Fertilizações	Podas	Colheita	Elaboração de projectos	Prestações de serviços
Produtor	18	11%	11%	11%	11%	11%	11%	11%	6%	6%
OP	6	100%	100%	100%	33%	67%	50%	100%	0%	33%
IGross(Alg) c/prod	22	36%	36%	36%	14%	32%	18%	27%	0%	0%
IGross(Alg) s/prod	9	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	55	29%	29%	29%	13%	24%	16%	26%	2%	6%

Fonte: QuadroAP-2c.4

É de salientar que, nenhum dos intermediários grossistas, sem produção própria, deu qualquer tipo de apoio técnico aos seus fornecedores, enquanto que 36% dos intermediários com produção própria e todas as Organizações de Produtores referiram fazê-lo, designadamente no que respeita a indicações sobre as operações culturais a levar a cabo, com vista à melhoria da qualidade.

As OP surgem, efectivamente, como o tipo de agente que mais e melhor apoio técnico presta aos seus fornecedores. Dispondo de técnicos de campo que visitam com alguma regularidade as explorações dos agricultores associados, as OP procedem, desta forma, à orientação técnica destes agricultores no que respeita à implementação de operações culturais, designadamente quanto a tratamentos fitossanitários (100%), quanto a fertilizações a implementar (67%), bem como quanto aos períodos adequados para a colheita (100%).

Contudo, como vimos anteriormente, o peso que as OP detêm na comercialização dos citrinos do Algarve para consumo em fresco não vai além dos 16%, o que se compreende, dado que os seus sócios¹⁰³ correspondiam apenas a cerca de 6% dos citricultores do Algarve e a área de citrinos que estes detinham não ia além dos 15% da área citrícola algarvia, tendo como referência os dados do Recenseamento Geral Agrícola (1999)¹⁰⁴.

5.2.3 - Importância económica e social dos principais canais de distribuição para os citrinos do Algarve

Entendeu-se neste estudo que, um canal de distribuição corresponde a uma categoria de intermediários do mesmo tipo (Brochand *et al*, 2000). Assim, os Mercados Abastecedores (M.Abast.), as Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies (CCGMS), os Grossistas que abastecem Grandes e Médias Superfícies (Gross.GMS), outros Grossistas que actuam nas zonas de consumo (OGross.), a hotelaria, restauração e catering (Horeca), as máquinas de sumos, bem como os Exportadores constituíram diferentes tipos de canais.

Neste ponto analisámos a importância económica e social dos principais canais de distribuição, utilizados pelos agentes de comercialização dos citrinos do Algarve. Assim, no que respeita à importância social desses canais, tendo em conta o número de agentes de comercialização sediados no Algarve (produtores,

¹⁰³ As OP de citrinos do Algarve detinham, em 2002, 556 sócios com citrinos (527 pessoas singulares, e 29 pessoas colectivas) e a área de citrinos das suas explorações era de cerca de 2300ha (DRAALG, fichas relativas à informação anual das actividades das OP).

¹⁰⁴ Se considerarmos os dados das estatísticas da DRAALG relativos ao IEA (inquérito às estruturas agrárias) de 2002, este valor não vai além dos 13%.

intermediários grossistas e Organizações de Produtores) que utilizou cada um deles, para o escoamento dos citrinos, é de evidenciar que:

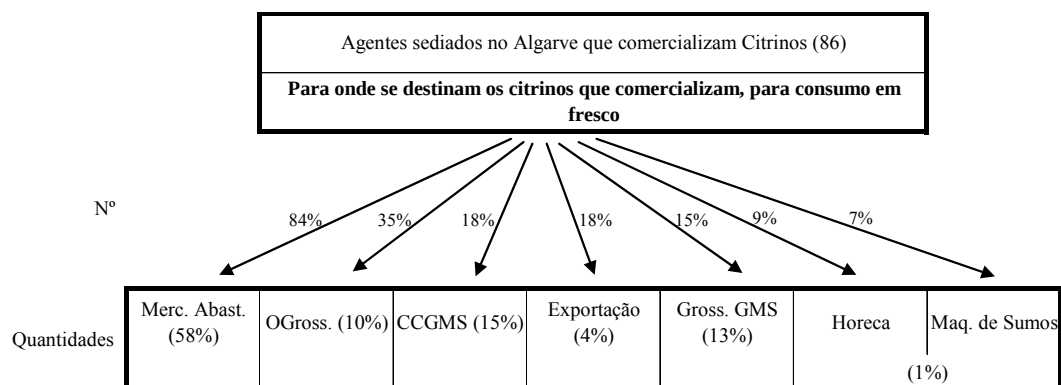
- Dos intermediários grossistas, a quase totalidade (95% dos que têm produção própria e 89% daqueles que não têm produção própria) referiram utilizar os Mercados Abastecedores para o escoamento dos citrinos do Algarve. Apenas 18% dos que têm produção própria e 11% dos que não têm produção própria citaram também as CCGMS como canal de distribuição utilizado.

- Os produtores, na sua maioria, 78%, indicaram também os Mercados Abastecedores como canal utilizado para o escoamento dos citrinos, seguindo-se a referência a “Outros Grossistas”, que sediados nas regiões de consumo, não actuam nos Mercados Abastecedores, com 44%.

- Das Organizações de Produtores, 67% referiram que o escoamento dos citrinos era feito através dos intermediários grossistas sediados nas regiões de consumo e que abastecem GMS. Os Mercados Abastecedores e as CCGMS apareceram referidos, como canais de distribuição utilizados para a comercialização dos citrinos do Algarve, respectivamente por 50% e por 33% das OP inquiridas.

Pudemos, desta forma, concluir que, os agentes de comercialização dos citrinos do Algarve transaccionam os citrinos que se destinam ao consumo em fresco, recorrendo a um ou a diferentes canais de distribuição (Figura 5.4).

Figura 5.4 – A representatividade de cada um dos canais de distribuição dos citrinos do Algarve, relativamente à quantidade total comercializada e ao número de agentes que os utiliza.



Fonte: Quadros AP- 2 b.1 e AP-2c.9'

Dos agentes entrevistados, 84% indicaram os Mercados Abastecedores como um dos canais de distribuição utilizados para o escoamento dos citrinos do Algarve¹⁰⁵; 35% dos entrevistados indicaram como canal de distribuição utilizado Outros Grossistas sediados em zonas de consumo¹⁰⁶; 18% dos agentes referiram comercializar citrinos do Algarve, através de Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies¹⁰⁷; 18%, dos agentes inquiridos exportaram¹⁰⁸; 15% dos agentes referiram comercializar citrinos através de Grossistas, que, estando sediados em zonas de consumo, abastecem Grandes e Médias Superfícies¹⁰⁹; 9%

¹⁰⁵ Comercializaram, desta forma, cada um, em média, 1303 toneladas, podendo referir-se, com um grau de confiança de 95%, que a produção média comercializada por agente, oscilou entre 622 e 1985 toneladas;

¹⁰⁶ Este canal representou, para cada agente que o utilizou, uma produção média comercializada de 524 toneladas.

¹⁰⁷ Constatou-se uma produção média transaccionada por agente de 1603 toneladas.

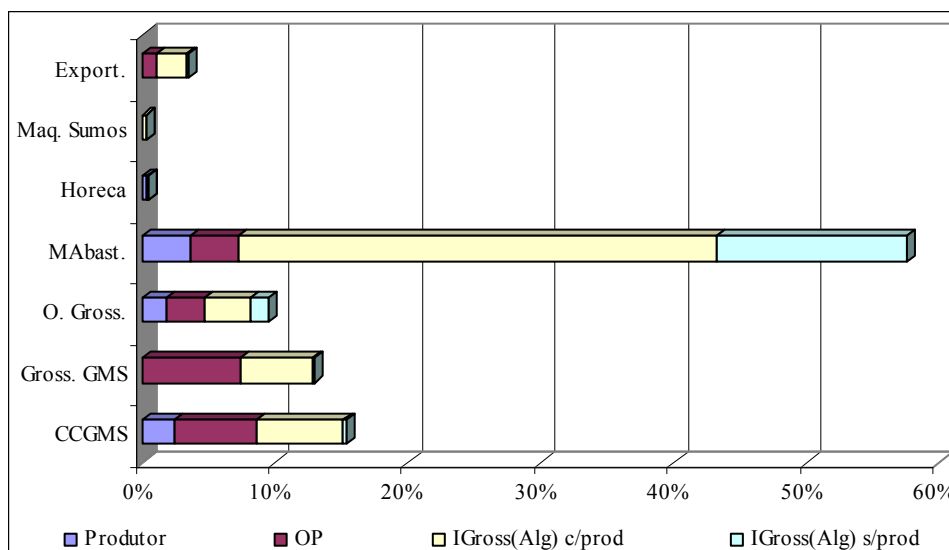
¹⁰⁸ Exportaram uma média de 369 toneladas por agente

¹⁰⁹ Por esta forma de escoamento, cada um destes agentes comercializou em média 1696 toneladas.

comercializaram citrinos através do canal HORECA,¹¹⁰ e 7% direccionaram também citrinos para as Máquinas de Sumo¹¹¹.

Relativamente à quantidade dos citrinos do Algarve, comercializados para consumo em fresco, e escoados através dos diferentes canais de distribuição, é de referir, que 58% destes direccionaram-se para Mercados Abastecedores, 15% para Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies, 13% para grossistas que abastecem maioritariamente Grandes e Médias Superfícies e 10% para outros grossistas, que exercendo a sua actividade nas zonas de consumo, podem estar ou não localizados nos Mercados Abastecedores (Figuras 5.4 e 5.5);

Figura 5.5 – Quantidades comercializadas de Citrinos do Algarve para consumo em fresco, pelos diferentes canais de distribuição e por tipo de agente.



Fonte: Quadro AP-2c.9

¹¹⁰ Cada agente comercializou uma média de 116 toneladas

¹¹¹ Comercializaram em média 77 toneladas de citrinos por agente.

A quantidade que se destinou à Exportação foi de cerca de 4%¹¹² e a quantidade que se destinou directamente ao canal Horeca (hotelaria, restauração e *catering*) e Máquinas de Sumo foi insignificante, rondando 1% da quantidade de citrinos que se destinou ao consumo em fresco.

Esta análise permitiu-nos tirar conclusões sobre a importância económico-social dos diferentes canais de distribuição dos citrinos do Algarve. Sendo de salientar que, dos canais de distribuição analisados, os que se evidenciaram com maior peso económico e social foram, em primeiro lugar, os Mercados Abastecedores, que escoaram 58% da produção de citrinos do Algarve destinada ao consumo em fresco e proveniente de 84% dos agentes que comercializavam estes citrinos, a que se seguiram as Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies, para onde se direccionaram 15% da quantidade dos citrinos do Algarve comercializados para consumo em fresco, tendo estes proveniência em 18% dos agentes de comercialização sediados no Algarve.

*

*

*

Este estudo sobre os agentes de comercialização de citrinos, que estão sediados no Algarve, e que procedem à primeira transacção destes, depois da respectiva preparação e acondicionamento, levou-nos a concluir que:

¹¹² Pressente-se contudo, uma tendência crescente para a utilização deste canal.

- Dos citrinos que estes agentes comercializaram no ano de 2002/2003, 96% eram do Algarve; a quantidade de citrinos, que comercializaram, com origem noutras regiões do país ou de Espanha foi insignificante;
- A tipificação destes agentes como Produtores (33%), como Intermediários Grossistas (56%) e como Organizações de Produtores (11%) permitiu-nos evidenciar os Intermediários Grossistas como apresentando maior importância (58%), relativamente às quantidades comercializadas de citrinos do Algarve. A estes seguiram-se as OP como responsáveis por 35% da quantidade comercializada dos citrinos do Algarve (16% para o consumo em fresco e 19% para Indústria) e os Produtores como responsáveis por 7%.
- No que respeita à adequação do funcionamento das centrais fruteiras destes agentes, relativamente ao cumprimento de imperativos legais, que possam implicar coimas e/ou pôr em causa a continuidade da actividade, os agentes, duma forma geral, não cumprem todos os requisitos. Porém, verificou-se que a maioria dos que não cumprem (64%) estão dispostos a investir. Foram as Organizações de Produtores os agentes que melhor se adaptaram aos requisitos legais, tendo recorrido para o efeito a subsídios comunitários.
- A gestão da qualidade e/ou da quantidade de 44% da produção de citrinos do Algarve, levanta dificuldades aos agentes de comercialização, devido às formas como estes procedem à sua aquisição (14% é adquirida nas explorações a quilos, fruta já colhida ou na árvore e 30% é adquirida nos armazéns das centrais aos ajuntadores ou aos produtores).

- Apenas 29% de agentes referiram dar apoio técnico aos agricultores seus fornecedores com vista a conseguir produto de qualidade, sendo de evidenciar, que nestes se incluem: todas as OP, 36% dos Intermediários grossistas e 11% dos produtores.

- Os canais de distribuição que apresentam maior importância, tanto económica como social, para o sistema citrícola algarvio são os Mercados Abastecedores e as Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies.

No ponto seguinte far-se-á a análise dos atributos de qualidade mais valorizados pelos diferentes canais de distribuição, para posteriormente analisar se existe enquadramento técnico e institucional com capacidade de dar resposta às exigências dos principais clientes. Para o efeito deu-se realce às exigências dos Mercados Abastecedores e das Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies devido à sua importância económica e social.

5.3 - A(s) Qualidade(s) associada(s) aos diferentes canais de distribuição

Considerando, como referem Sylvander e Lassaut (1994), que a qualidade é um dos factores principais entre os que condicionam os comportamentos económicos, e que a evolução das economias contemporâneas, marcadas pela saturação dos mercados, faz da qualidade uma enorme aposta no quadro da sua estratégia, tivemos em conta o facto da definição da(s) qualidade(s), a que se referem os actores da fileira, ser muito importante, pois poderá permitir uma gestão mais adequada das referidas qualidades. Assim, neste capítulo, procedeu-se à investigação das qualidades solicitadas pelos agentes dos diferentes tipos de canais de distribuição utilizados pelos citrinos do Algarve, dando-se particular relevância aos que se apresentaram com maior importância económica e social, ou seja, os Mercados Abastecedores e as Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies.

O estudo foi feito com base nas frequências de respostas à questão nº 7 da ficha de inquérito (Apêndice 2a), que caracterizaram os diferentes atributos de qualidade quanto ao seu grau de importância, quando da aquisição de citrinos por parte dos diferentes tipos de distribuidores¹¹³ (Quadro AP-2e.1). Aqui, tivemos em atenção os critérios de compra (atributos de qualidade), considerados de muita importância por cada um deles (Quadro AP-2e.2).

¹¹³ Quadro AP-2e.1- Atributos de qualidade nos citrinos e suas frequências relativamente a graus de importância (nenhuma ou pouca, média e muita), para os diferentes canais de distribuição; Quadro AP-2e.2 – Frequências relativas à conotação como de “muita importância”, dos atributos de qualidade em análise, pelos diferentes canais de distribuição.

5.3.1 - Critérios de compra para os principais canais de distribuição

Assim, relativamente aos Mercados Abastecedores (canal de distribuição identificado anteriormente como detendo a maior importância, tanto económica como social), constatou-se que os quatro atributos que neles apresentaram maior valor, como sendo “muito importantes”, foram, em primeiro lugar, o “preço” com frequência de respostas de 92%, seguindo-se a “cor” com 83%, o “teor de açúcar” com 79% e o “aspecto exterior” com 77%. Quanto às Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies, os quatro principais atributos de qualidade solicitados são de natureza e importância distintas das dos Mercados Abastecedores. Nestas surgem com grande relevo (100%) o “aspecto exterior” e o “transporte do produto”, a que se seguiram a “cor” e o facto de se apresentarem “sem resíduos de pesticidas” ambos com frequências de 92% (Quadro 5.11).

Destacámos nos factores mencionados como muito importantes (Quadro 5.11) aqueles que, de acordo com a definição clássica de qualidade, a organoléptica, a higiénico-sanitária e a de serviço, apresentavam frequências de respostas superiores a 50% (Quadro 5.12). Pudemos desta forma evidenciar que, para os Mercados Abastecedores, aparecem como exigências de qualidade organoléptica, a cor mencionada por 83% dos respondentes, a que se segue o teor de açúcar (por 79%), o aspecto exterior (por 77%), os calibres (por 72%) e a quantidade de sumo (por 64%). Relativamente às exigências de qualidade desta natureza, por parte das Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies, ocorre o aspecto exterior, que apresenta frequência de respostas de 100%, seguido pela cor com 92%, pelos calibres e pela quantidade de sumo com 75% e ainda pelo teor de açúcar com 58%.

Quadro 5.11 – Atributos de qualidade considerados como “muito importantes” quando da aquisição de citrinos por parte dos Mercados Abastecedores (M.Abast.) e das Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies (CCGMS), por ordem decrescente de frequências de respostas.

Mercados Abastecedores		Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies	
Atributos de qualidade	Frequência de respostas referindo o atributo como de "muita importância" na aquisição dos citrinos	Atributos de qualidade	Frequência de respostas referindo o atributo como de "muita importância" na aquisição dos citrinos
Preço	92	Aspecto exterior.	100
Cor	83	Transporte do produto	100
Teor de açúcar	79	Cor	92
Aspecto exterior	77	Sem resíduos de pesticidas	92
Apresentação na embalagem	75	Durabilidade do produto	83
Durabilidade do produto	75	Região/país de origem	83
Região/país de origem	72	Tipo de embalagem	83
Calibres	72	Calibres	75
Qt.de Sumo	64	Preço	75
Cont. e homog.no produto	53	Qt.de Sumo	75
Sem resíduos.de pesticidas	28	Apresentação na embalagem	75
Fac. em descascar	13	Cont. e homog.no produto	67
Transporte do produto	11	Teor de açúcar	58
Tipo de embalagem	11	Rastreabilidade	50
Aroma/ cheiro	9	Certificado como IGP	50
Sem sementes	9	Sistema de auto controlo	42
Colheita feita com tesoura	6	Certificado como PI	42
Rastreabilidade	2	Colheita feita com tesoura	17
Certificado como PI	2	S/ de sementes	8
Certificado como IGP	0	Fac. em descascar	8
Sistema de auto controlo	0	Aroma/ cheiro	8

Fonte: Quadro AP-2e.2

Como atributos muito importantes conotados com qualidade de serviço surgem, para os Mercados Abastecedores, a apresentação na embalagem tal como a durabilidade do produto, com frequências de 75%, e a continuidade e homogeneidade no produto, que foi referida por 53% dos que vendem para estes mercados. Relativamente a exigências deste tipo, por parte das Centrais de Compras, realce-se o “transporte do produto” (condições em que o produto é transportado) referido por todos (100%) os agentes que vendem para estes mercados, seguido pela durabilidade do produto, bem como o tipo de embalagem,

ambos mencionados por 83%, a apresentação na embalagem por 75% e a continuidade e homogeneidade do produto citados por 67% daqueles agentes.

Quadro 5.12 – Atributos de qualidade organoléptica, de serviços e higiénico-sanitária considerados como muito importantes e apresentando frequências de respostas superiores a 50%, relativamente ao que é exigido pelas CCGMS e pelos Mercados Abastecedores na aquisição de citrinos

Tipos de Qualidade	Atributos de grande importância para as CCGMS	Frequências > 50%	Atributos de grande importância para os Mercados Abastecedores	Frequências > 50%
Organoléptica	Aspecto exterior	100%	Cor	83%
	Cor	92%	Teor de açúcar	79%
	Calibres	75%	Aspecto exterior	77%
	Qt.de Sumo	75%	Calibres	72%
	Teor de açúcar	58%	Qt.de Sumo	64%
De serviço	Transporte do produto	100%	Apresentação na embalagem	75%
	Durabilidade do produto	83%	Durabilidade do produto	75%
	Tipo de embalagem	83%	Contin. e homog. no produto	53%
	Apresentação na embalagem	75%		
	Cont. e homog. no produto	67%		
Higiénico Sanitária	Sem resíduos de pesticidas	92%		

Fonte: Quadros AP-2e.3 e AP-2e.4

Relativamente à qualidade higiénico-sanitária, aparece o atributo “sem resíduos de pesticidas”, citado por 92% dos agentes inquiridos que vendem para as Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies.

Comparando os tipos de qualidades exigidos pelas Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies e pelos Mercados Abastecedores, é de evidenciar que estes últimos dão bastante importância aos factores que se relacionam com o produto em si (qualidades organolépticas), sendo certo, porém, que estes requisitos, com excepção do “teor de açúcar”, surgem com níveis de exigências sempre inferiores às impostas por parte das Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies. Relativamente a estas últimas, apesar da importância evidenciada no que respeita aos atributos do produto em si, é de realçar também

níveis de exigência bastante elevados quanto a factores extrínsecos, conotados com qualidade de serviços, designadamente: o transporte do produto, a durabilidade do produto, o tipo de embalagem, a apresentação na embalagem e a continuidade e homogeneidade no produto.

Constatou-se, desta forma, que os Mercados Abastecedores dão grande importância à qualidade organoléptica, uma vez que três dos quatro atributos por eles considerados como mais relevantes na vertente comercial dos citrinos (a cor, o teor de açúcar e o aspecto exterior) são atributos daquela qualidade. Nos quatro principais parâmetros de qualidade identificados como de muita importância para as Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies, incluem-se, além de atributos conotados com qualidade organoléptica (o aspecto e a cor), os que estão relacionados com qualidade de serviço (o transporte do produto) e com qualidade higiénica e sanitária do produto (sem resíduos de pesticidas).

É de destacar também que, contrariamente ao que se passa com as Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies, os Mercados Abastecedores não dão importância às certificações de qualidade nos citrinos, exibindo estas certificações, como valias importantes, frequências praticamente nulas. A importância dada pelos Mercados Abastecedores ao produto que apresenta certificação como PI é irrelevante (frequência de 2%) e, se este apresenta certificado de IGP ou se é proveniente de empresa(s) dotada(s) de um sistema de auto controlo (HACCP ou outro), então a frequência é nula.

Estas diferenças evidentes, relativamente à qualidade nestes dois tipos de mercados, estão em coerência com o comportamento dos seus clientes perante os consumidores finais. Efectivamente, os Mercados Abastecedores comercializam os produtos maioritariamente para o Pequeno Comércio a Retalho e as vendas efectuadas por estes últimos aos consumidores baseiam-se muito na confiança entre pessoas, tendo por base experiências anteriores¹¹⁴. Contrariamente, nas Grandes e Médias Superfícies, como o consumidor não contacta o vendedor, o recurso a uma identificação presente no produto, símbolo de qualidade, desempenha um papel importante como garantia da mesma.

Esta análise permitiu-nos reconhecer e apreender os comportamentos distintos dos principais distribuidores (como compradores) relativamente à importância que dão ao preço, bem como a alguns atributos de qualidade, conotados como qualidades organoléptica, higiénica e de serviço na aceção clássica de qualidade. Facilitou-nos, também, a compreensão da importância atribuída pelas Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies à qualidade derivada das tecnologias utilizadas na produção ou do território donde provêm os citrinos, com garantia da qualidade pela certificação e pela marca e pelos Mercados Abastecedores pela confiança. Levou-nos, também, a concluir que os atributos de qualidade mais valorizados pelos Mercados Abastecedores e pelas Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies são de natureza e intensidade muito diversificadas mas, de entre os

¹¹⁴ De acordo com Sylvander (1992) poderíamos considerar como *coordenação doméstica ou de reputação*.

quatro atributos de qualidade mais valorizados por ambos os canais, surgem o “aspecto exterior” do fruto e a “cor”.

O “aspecto exterior” é, sem dúvida, um dos factores encarados pela maioria dos canais de distribuição utilizados pelos citrinos do Algarve, como um critério de compra com bastante importância quando da aquisição dos citrinos¹¹⁵.

¹¹⁵ Constatou-se que relativamente às Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies, aos Grossistas que abastecem Grandes e Médias Superfícies e à Exportação, as frequências de respostas, atribuindo muita importância ao aspecto, foram de 100%. A exigência quanto ao aspecto exterior, por parte dos Mercados Abastecedores e dos outros Grossistas, que se encontram sediados nas regiões de consumo, não sendo tão decisiva como nos distribuidores anteriormente referidos, apresenta também frequências elevadas, de 77% e 67% respectivamente.

5.4. – Enquadramento Técnico e Institucional, para dar resposta a uma das principais exigências do mercado dos citrinos

Como já vimos, o “aspecto exterior dos citrinos” é um factor muito importante na sua comercialização. Trata-se, pois, de um critério de compra de grande relevo, tanto para os consumidores finais como para os diferentes canais de distribuição. Este apareceu com frequências de 100% relativamente à conotação “muito importante”, quando a distribuição era feita através de Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies, de outros Grossistas que abastecem GMS e também quando os citrinos se destinavam à exportação. Quando a distribuição era pelos Mercados Abastecedores e por Outros Grossistas, aquelas frequências foram, respectivamente, de 77% e de 66% (Quadro AP-2e.2).

Perante a importância atribuída pelo mercado a este factor e, tendo em conta as interacções existentes entre os subsistemas da produção e da comercialização, procurámos verificar se, do ponto de vista técnico e institucional, existem respostas para o problema. Com esse objectivo, no ponto que se segue, fez-se o levantamento dos factores que contribuem para a alteração do “aspecto exterior dos citrinos” e que levam à sua desvalorização no mercado.

5.4.1 - Factores que contribuem para a alteração do “aspecto exterior dos citrinos”

De acordo com bibliografia da especialidade¹¹⁶ inventariámos os principais factores que condicionam o atributo de qualidade, aspecto exterior dos citrinos (Apêndice 2f), a saber:

a) Ao nível da produção, esses factores estão normalmente relacionados com as espécies ou cultivares utilizadas, as condições edafoclimáticas, as fertilizações desadequadas, o tipo e/ou modo de colheita, as regas irregulares e as pragas e doenças (Quadro AP-2f.1).

b) Ao nível da comercialização, a deterioração do aspecto exterior dos citrinos tem a ver, essencialmente, com a oportunidade e método de colheita, com o processo de desverdização, com a “preparação” em si, bem como com o tipo de embalagem utilizada, a forma e período de armazenamento, e com o tipo de meios de transporte utilizados (Quadro AP-2f.2).

Constatámos, assim, que os factores que condicionam o aspecto exterior dos citrinos são bastantes e com influências muito diversificadas. Porém, é ponto assente que: a qualidade, ao nível da produção, é um aspecto “chave” para a qualidade final; a influência dos diferentes factores é condicionada pelas condições edafoclimáticas duma região; e não existem estudos específicos sobre este assunto relativamente ao Algarve. Por isso e para colmatar esta lacuna,

¹¹⁶ Amat S., 1988; Agusti M., 2000; Castañer M., 1995; Chaves J., 1980; Duarte A., 1996; Generalitat Valenciana, 1999; Legaz F. *et al*, 2000; Mazzuz C., 1996; Planes S., 1971.

recorremos a entrevistas a especialistas em citrinos¹¹⁷, que exercem a sua actividade na área da investigação/experimentação, do apoio à produção e nas centrais fruteiras, de modo a identificar as principais causas de alterações no aspecto exterior dos citrinos do Algarve, que contribuem para a sua desvalorização no mercado.

De acordo com os especialistas referidos, concluiu-se que, as principais causas de alterações no aspecto exterior dos citrinos do Algarve dependem essencialmente de problemas ao nível da produção, particularmente das manchas provocadas por cochonilhas, por ácaros e por tripses, bem como manchas, devido a lesões causadas por roçaduras.

O passo seguinte foi tentar saber se existem tecnologias disponíveis no Algarve, para combater os agentes acabados de referir e que afectam o aspecto exterior dos citrinos do Algarve.

5.4.1.1 – Tecnologias disponíveis para ultrapassar os principais problemas relativos ao aspecto exterior dos citrinos do Algarve

As tecnologias para combater estes agentes, que de forma marcante condicionam o aspecto exterior dos citrinos, são de dois tipos. Para as cochonilhas, ácaros e tripses, as tecnologias para o efeito integram-se no âmbito da fitossanidade e para as roçaduras dos ramos no âmbito “técnico-cultural”.

¹¹⁷ Amílcar Duarte, Carla Nunes, Celestino Soares, Entrudo Fernandes, Fernando Gonçalves, Horácio Ferreira, Maria José Pinto, Marta Afonso, Pedro Madeira, Silvino Oliveira e José Tomás, todos especialistas de citrinos e que exercem a sua actividade na área da investigação aplicada/experimentação, do apoio aos produtores e nas Centrais Fruteiras.

No Quadro 5.13 apresentam-se os modos de produção com algum significado na citricultura algarvia, onde podemos destacar, como dominantes em 2006, o modo de produção “convencional” em cerca de 12.600 hectares o correspondente a 78% da área citrícola algarvia e a Protecção Integrada (PI) em cerca de 3.300 hectares, o equivalente a 20% da área de citrinos desta região.

A produção que designámos por “convencional” corresponde à “luta química cega”/tradicional (Amaro, 2003: 41). Nesta recorre-se à utilização de pesticidas homologados, mas não se tem em conta, para a sua aplicação, o nível económico de ataque, nem os efeitos secundários destes sobre a fauna auxiliar.

Quadro 5.13 - Modos de produção dominantes na citricultura algarvia

Modos de produção	Áreas de citrinos no Algarve / anos					
	2000		2003		2006	
	ha	%	ha	%	ha	%
Produção "Convencional"	16.138	90%	14.450	78%	12.613	78%
Luta Química Aconselhada	70	0,4%	98	0,5%	-	78%
Protecção Integrada	1.614	9,0%	3.838	20,8%	3.320	20%
Agricultura Biológica	70	0,4%	101	0,5%	-	-
Produção Integrada	ñ existia	-	76	0,4%	290	2%
Total de área de citrinos	17.892	100%	18.486	100%	16.223	100%

* As áreas de "Luta Química Aconselhada" e a "Agricultura Biológica" referem-se a finais de 2002.

Fonte: DRAALG e IFAP (Anexo C: Quadros C.1; C.2; C.3 e C.4)

A produção em PI é entendida como o conjunto das actividades desenvolvidas pelo agricultor, procurando utilizar da melhor maneira todos os factores susceptíveis de influenciar o equilíbrio fisiológico da cultura e o seu estado sanitário. Com a PI, pretende-se limitar ao máximo a luta química e recorrer de forma racional, sistemática e programada, a todos os meios de protecção disponíveis – biológicos, biotécnicos, genéticos, culturais e químicos –

integrando-os, de modo a fomentar, o mais possível, a limitação natural das pragas, doenças e infestantes e a encontrar as soluções mais favoráveis do ponto de vista económico, ecológico e toxicológico (Amaro e Baggiolini, 1982).

Foi nosso trabalho, por isso, saber se existem meios de luta disponíveis, para estes modos de produção, Protecção Integrada e produção “convencional”, com vista a um combate eficiente dos agentes que provocam os defeitos nos citrinos, que mais contribuem para a desvalorização desta fruta pelo mercado.

Quadro 5.14 - Meios de luta disponíveis para o combate eficiente dos agentes que mais afectam o aspecto dos citrinos do Algarve

Agentes que afectam o “aspecto exterior” dos citrinos	Protecção Integrada		Produção “convencional”
	Luta Química	Luta Biológica	Luta Química
Ácaros	Sim	Só em (2005) surgiram alguns estudos preliminares sobre ácaros e cochonilhas	Sim
Cochonilhas	Sim		Sim
Tripes	Não a)	Não	Não a)
Ventos (roçadura dos ramos)	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

Nota: a) Podem utilizar-se produtos que estão homologados e que têm efeitos marginais nos tripes.

Fonte: DGPC e DRAALG

Consultados os produtos homologados para o efeito, por parte da (DGPC)¹¹⁸, e ouvidos técnicos da DRAALG com responsabilidades na área da Sanidade Vegetal, pensamos que, quanto aos ácaros e às cochonilhas, existem produtos químicos homologados disponíveis no mercado, tanto para produção em Protecção Integrada, como para produção “convencional”. Porém, para os tripes,

¹¹⁸ MADRP/DGDR/DGPC, (1997); MADRP/DGDR/DGPC, (2000) e Site da Direcção Geral de Protecção das Culturas (DGPC): <http://www.dgpc.min-agricultura.pt> actual <http://www.dgadr.pt>

não existem produtos químicos homologados, nem para PI nem para a produção “convencional” (Quadro 5.14).

Como referimos, na Protecção Integrada pretendem-se meios de luta alternativos ou complementares à luta química, designadamente meios culturais, biológicos e biotécnicos. Consultámos técnicos¹¹⁹ da Divisão de Protecção das Culturas e Controlo Fitossanitário da Direcção Regional de Agricultura do Algarve (2005), com vista à elucidação sobre a existência e disponibilidade dos mesmos. Ficámos a saber que só em 2005 surgiram no Algarve alguns resultados de estudos preliminares nestas áreas, não existindo ainda meios biológicos eficientes disponíveis para o efeito. Assim, à semelhança do que Amaro (1999) refere relativamente à PI em Vinha, pudemos constatar que o que se tem feito no Algarve, relativamente aos citrinos, ainda não é propriamente Protecção Integrada mas sim Luta Química Dirigida¹²⁰.

¹¹⁹ Segundo declaração de J. Entrudo Fernandes, Chefe de Divisão do Controlo Fitossanitário, o combate aos ácaros e às cochonilhas em Protecção Integrada não tem o problema resolvido, “pois a PI pressupõe que pelo menos um inimigo chave seja combatido por via biológica”.

¹²⁰ A Luta Química Dirigida evidencia preocupações de natureza económica e ecológica. Utiliza pesticidas com menores efeitos secundários negativos e a aplicação destes é condicionada pelos níveis económicos de ataque e salvaguarda dos organismos auxiliares (Amaro, 2003: 42).

Quadro 5.15 – Folhetos e desdobráveis com orientações técnicas sobre citricultura, divulgados pela DRAALG desde 1992

<i>Fitossanidade</i>	<i>Outras áreas</i>	<i>Roçadas dos ramos</i>
A Mineira-dos-citros <i>Phyllocnistis Citrella</i> Stainton,	A Reconversão Varietal na Cultura dos Citros. A prática da reenxertia	-
A Mosca-do-Mediterrâneo (<i>Ceratitis capitata</i> Wied.)	A Rega Gota-a-Gota de Citros (Recomendações Práticas)	-
A Protecção Integrada em Citros, Contributos para a sua aplicação na Região do Algarve	Algumas Variedades de Citros com interesse para o Algarve	-
A Traça do Craveiro, <i>Cacoecimorpha pronubana</i> Hb (Lepidoptera – Tortricidae), nos Citros	Adubação dos Citros. Recomendações Práticas	-
Cochonilha – pinta – vermelha (<i>Aonidiella aurantii</i> Maskell)	Banco de Germoplasma de Citros “Actuações conjuntas no Algarve e Andaluzia para optimização do desenvolvimento da citricultura”	-
Gestão da flora adventícia e envolvente do pomar de citros, com vista ao fomento da limitação natural dos inimigos da cultura	Citros do Algarve, Um Oceano de Vitaminas	-
O afídeo tropical dos citros (<i>Toxoptera citricidus</i> Kirkaldy), Contribuição para o seu conhecimento	Incisão anelar em citros	-
Produção em massa de <i>Criptolaemus Montrouziere</i> para controlo de <i>Planococcus Citri</i>	Laboratório da DRAALG, o seu parceiro de hoje com a tecnologia do amanhã	-
Ácaro do Texas	Microenxertia in vitro de citrus SPP	-
Ácaro Vermelho dos Citros <i>Panonychus Citri</i> Mr. Gregor	Aprenda como NORMALIZAR OS CITRINOS	-
	Organizações de Produtores (OP)	-
	Plantação de Citros (recomendações práticas)	-
	Pós – Colheita em citros, Resultados de Experimentação e Demonstração	-
	Sobreenxertia de Pomares de Citros (Recomendações práticas)	-
	CITRINOS DO ALGARVE, 100% NOSSOS	-

Fonte: DRAALG (Anexo D.1)

Relativamente às roçadas dos ramos, fizemos o levantamento de todos os folhetos e desdobráveis, que contivessem orientações técnicas sobre citricultura, divulgados pela DRAALG desde 1992 (Quadro 5.15). Verificámos desta forma que, apesar de terem sido divulgadas recomendações práticas sobre cuidados a ter aquando da plantação de citros, nestas não consta qualquer tipo de referência

sobre compassos mais apertados a adoptar nas bordaduras, introdução de cortaventos naturais (sebes) ou artificiais, nem utilização de qualquer outra técnica considerada adequada para evitar os efeitos negativos dos ventos dominantes. Soubemos também da existência de um campo de “ensaios de compassos e densidades de citrinos” em Tavira (Quadro 5.16). Porém, estes ensaios têm tido em vista analisar essencialmente as produtividades e custos associados a diferentes opções de compassos e não o aspecto exterior do fruto como consequência da adopção de técnicas diferentes.

Quadro 5.16 – Ensaios em curso, sobre citrinos, na DRAALG.

Ensaio de Agricultura Biológica (Tavira)
Ensaios de compassos e densidades de citrinos (Tavira)
Ensaio de Rega de citrinos (Patação)
Ensaio sobre Fertilizações Azotadas (Patação)
Colecção de citrinos (Patação)
Ensaio de controlo do pH e cond. eléctrica da água de rega (Tavira)
Ensaio sobre porta enxertos (Tavira)
Ensaio sobre fertilização (Tavira)

Fonte: DRAALG (Anexo D.2)

Temos assim que, relativamente aos ácaros, às cochonilhas e aos tripes, não existe actualmente¹²¹ material disponível eficiente para luta biológica, nem fitofármacos específicos homologados para o combate dos tripes; relativamente às roçaduras dos ramos, confrontámo-nos com falta de orientações sobre técnicas a implementar para evitar estes defeitos.

¹²¹ Esta investigação decorreu até meados de 2007.

Ainda, dando continuação à análise, com vista à compreensão do enquadramento técnico e institucional e sua preocupação com o mercado, no ponto que se segue, faz-se a análise da investigação (IED) institucional na área dos citrinos, que, total ou parcialmente, foi desenvolvida no Algarve.

5.4.1.2 – Investigação levada a cabo, nos últimos 12 anos, pelas Instituições do Algarve na área da citricultura

Daremos aqui a resposta à questão sobre, se a investigação que tem sido levada a cabo na área da citricultura, nos últimos (12) anos, por Instituições da região, designadamente Universidade do Algarve, Direcção Regional de Agricultura e Centro Tecnológico de Citricultura, se tem preocupado em estudar os principais agentes que afectam o “aspecto exterior” dos citrinos.

Pela inventariação da investigação levada a cabo na área da citricultura (Quadro 5.17), constatámos que, sobre os agentes em análise:

- O projecto PAMAF 6041, “Adaptação de estratégias de Protecção Integrada no âmbito da modernização tecnológica da citricultura algarvia”, identificou e estudou alguns dos inimigos da cultura dos citrinos, ao nível da região do Algarve. De entre eles, é de destacar o *ácaro do Texas*, a *cochonilha Pinta Vermelha* (a qual deu origem a um folheto de divulgação e alerta sobre este tipo de praga) e diferentes espécies de Tripos.

- No âmbito deste projecto, nas amostragens realizadas em pomares de citrinos no Algarve, foram encontradas cinco espécies de tisanópteros (*Thrips tabaci*

Lindeman, *Frankliniella occidentalis* (Pergande), *Thrips major* Uzel, *Aeolothrips tenuicornis* Bagnall e *Megalurothrips* spp).

Quadro 5.17 – Títulos da investigação levada a cabo, na área da citricultura, com a participação de instituições algarvias, desde 1995 a 2006

<i>Fitossanidade</i>	<i>Outras áreas</i>	<i>Roçadas dos ramos</i>
New approach for diagnosis and prevention of Tristeza outbreaks	Valorização de material vegetal cítrico	-
Adaptação de estratégias de protecção integrada no âmbito da modernização tecnológica da citricultura algarvia	Melhoramento de citrinos por métodos clássicos e biotecnológicos	-
Desenvolvimento das bases para a protecção contra o vírus da Tristeza dos citrinos e do vector <i>Toxoptera citricida</i>	Novas abordagens para o controlo da fertilização em Ferro na produção de citrinos.	-
Estudo da mineira dos citrinos e dos seus inimigos naturais no Algarve	Modernização tecnológica da citricultura algarvia com vista à melhoria da qualidade da produção	-
Parasitoides de <i>Liniomyza</i> spp, <i>Frankliniella occidentalis</i> e <i>Phyllocnistiscitrella</i>	Regularização da produção e valorização da qualidade da tangerina "Encore"	-
Luta Autocida contra a mosca do Mediterrâneo	Implementação de novas tecnologias para o controlo da clorose férrica dos citrinos	-
Produção em massa de <i>Cryptolaemus Montrouzieri</i> para controlo de <i>Planococcus Citri</i>	Efeitos do uso intensivo de fertilizantes e de produtos fitossanitários na qualidade do solo e das águas subterrâneas(1ª e 2ª fases)	-
Estudo da flora adventícia envolvente do pomar de citrinos com vista ao fomento da limitação natural dos inimigos da cultura	Citricultura. Produção de material vegetativo de qualidade. Plano de prevenção do vírus da tristeza (CTV)	-
Modernização da Estação de Avisos Agrícolas do Algarve	Estudo do movimento da água no solo num sistema gota-a-gota	-
Implementação de um sistema de controlo biológico com microorganismos antagonistas das principais doenças em pós-colheita, em citrinos e pomoideias	Modernização da Estação de Avisos Agrícolas do Algarve	-
Evolução do vírus da Tristeza nos citrinos e epidemiologia molecular	Experimentação. Demonstração e técnicas de Pós-Colheita em citrinos	-
Novas tecnologias pós-colheita com vista à qualidade e sanidade dos citrinos	Horticultura Biológica componente citrinos-Aplicação da tecnologia permitida pelo modo de Produção Biológica	-
	Valorização dos Citrinos do Algarve - IGP pela programação das colheitas e melhoria da qualidade	-
	Campanha de promoção dos citrinos do Algarve	-
	Actuação conjunta no Algarve e Andaluzia para optimização do desenvolvimento da citricultura	-
	Projecto Algarve - Sevilha, para avaliar a tolerância dos citrinos à salinidade	-
	Influência da clorose férrica na qualidade do fruto	-
	Actuações conjuntas no Algarve e Andaluzia, para optimização do desenvolvimento da citricultura (1ª, 2ª e 3ª fases)	-
	Produção de material vegetativo certificado de qualidade	-
	Novas abordagens para a caracterização e correcção da clorose férrica. Fluxos do Fe, transportadores e expressão genética.	-

Fonte: DRAALG e UAAlg (Quadro D.2.1)

Este facto deu origem a uma comunicação pública no congresso de citricultura (Ramos e Fernandes, 2000), na qual os seus autores sugeriam que, face à importância deste tema, se tornava necessário prosseguir com estudos, no sentido de esclarecer quais as espécies potencialmente presentes no Algarve, bem como os sintomas associados a estes insectos. Contudo, até à data (2007), não houve mais investigação nesta área.

- Relativamente à luta biológica para ácaros e cochonilhas nos citrinos, só com o projecto AGRO nº 29, relativo à Medida 8, Acção 8.1, sobre Desenvolvimento Tecnológico e Demonstração, respeitante à “Gestão da flora adventícia e envolvente do pomar de citrinos, com vista ao fomento da limitação natural dos inimigos da cultura”, que se desenvolveu de Janeiro de 2002 a Outubro de 2005, surgiram alguns resultados preliminares sobre luta biológica para os ácaros e para cochonilhas. Este projecto teve por objectivo estudar os benefícios que podem advir para o controlo dos principais inimigos desta cultura, designadamente ácaros e cochonilhas, pelo estabelecimento de enrelvamento natural ou semeado na entrelinha. Em consequência, alertou para o incremento da fauna auxiliar conseguida por estes meios.

- Com vista à adopção de tecnologias eficientes, que levem à não existência de roçaduras dos ramos, também não encontramos investigação/demonstração específica.

Assim, é de concluir que, sobre as restrições relativas ao aspecto exterior dos citrinos, designadamente, a falta de meios biológicos para o controlo de ácaros, de

cochonilhas e de tripes, pouca investigação se fez nesta área, e sobre as roçaduras dos ramos e os tripes não existiu qualquer tipo de investigação. Sobre os tripes constatou-se não só a ausência de investigação, como também o não acatamento das sugestões de Ramos e Fernandes (2000) no sentido da prossecução dos estudos, com vista a esclarecer a influência dos tripes no aspecto do fruto.

5.4.1.3 - Financiamentos de IED em citrinos e de PI no Algarve (de 2000 até 2006)

Questionámo-nos, então, sobre se a falta de respostas adequadas, para estes constrangimentos ao mercado, teve a ver com problemas de recursos financeiros ou com falta de estratégias adequadas que levem ao desenvolvimento do sector.

Durante estes últimos anos, como referimos, existiram Políticas Públicas nestas áreas, designadamente para investigação (IED), e para políticas ambientais, especialmente para Protecção Integrada, cujo impacte ao nível de áreas em produção já ficou evidenciado. Foi demonstrado, também, que os projectos de investigação levados a cabo desde 1995, sem desvalorizar o interesse que estes tiveram ou poderão vir a ter para o sector, em geral, não centraram os seus objectivos nestes constrangimentos em análise, com os quais a produção se tem deparado face ao mercado.

Evidenciamos, seguidamente, os dados sobre os financiamentos para os projectos de investigação na área dos citrinos, no âmbito do INTERREG (I, II e III), do Programa AGRO, do Programa Operacional de Ciência, Tecnologia e Inovação, bem como do INOVALGARVE, no Algarve, no período de 2000 a 2006, e fazemos também referência aos subsídios atribuídos aos citricultores do Algarve,

nesse mesmo período, com vista à implementação da Protecção Integrada (Quadro 5.18).

Quadro 5.18 - Financiamentos, no período 2000-2006, para IED e para a implementação de PI nos citrinos do Algarve

Tipo de Projectos	Financiamento
Projectos AGRO - Medida 8 - Acções 8.1 e 8.2	493.385 €
INTERREG I, II e III	1.932.747 €
Programa Operacional de Ciência, Tecnologia e Inovação	178.341 €
INOVALGARVE	200.000 €
Protecção Integrada Citrinos	12.956.254 €

Fonte: DRAALG, IFAP e UAlg (Quadros C.5 e D.2.1)

A análise destes elementos (Quadro 5.18) levou-nos a deduzir que não foi por falta de dinheiro que não se teve em conta, nas investigações, as exigências do mercado, mas sim, por falta de estratégias nesse sentido, porquanto, um valor superior a dois milhões e oitocentos mil euros foi investido no Algarve no âmbito de investigação citrícola, levada a cabo por Instituições desta região.

Ao nível da produção, ao abrigo das Agro-ambientais e do Programa RURIS, cerca de 13 milhões de euros foram investidos, de 2000 a 2006, para incentivar os citricultores algarvios a adoptar a Protecção Integrada.

Sobre esta matéria, preocupámo-nos em perceber o que se tem pretendido com a medida que apresentou maior impacte, em termos de área na citricultura algarvia (Quadro 5.13), bem como se os subsídios concedidos (Quadro 5.18) têm contribuído para que este modo de produção se tenha centrado na “Qualidade”, isto é, tenha subjacente o mercado.

Amaro (1999) refere que são bastantes os factores que influenciam a qualidade da PI. De entre outros, considera a legislação e regulamentação, a investigação para uma melhor aplicação deste modo de produção, as associações e seus programas de acção, bem como a sensibilização e marketing por parte de entidades oficiais. Assim, a nossa reflexão recairá sobre estes factores mencionados, com vista a tecer algumas considerações sobre o assunto.

Segundo o Regulamento (CEE) nº 2078/92, a Protecção Integrada é entendida como um método de produção agrícola compatível com as exigências da protecção do ambiente e da preservação do espaço natural. Este modo de produção pressupõe uma utilização mais racional dos produtos fitofarmacêuticos, e também que os pesticidas utilizados preservem os organismos auxiliares, que, naturalmente, contribuem para o combate às pragas e às doenças (MADRP, 1994). Posteriormente, segundo o RURIS, além dos pressupostos mencionados de respeito pelo ambiente, com a PI exige-se a utilização, sempre que possível, de métodos de luta alternativos aos químicos (MADRP, 2001).

Anteriormente reconheceu-se que a PI, nos citrinos do Algarve, dispõe de insuficientes meios alternativos ou complementares à luta química, designadamente meios biológicos para o combate eficiente aos ácaros e cochonilhas, pelo que, poderá ser entendida praticamente como Luta Química Aconselhada (Amaro, 2003; Franco *et al*, 2005)

No que respeita à regulamentação, Amaro (1999:17) adverte que a legislação inicial deu insuficiente ênfase ao papel que este modo de produção desempenha

relativamente ao Homem e aos riscos de pesticidas, pois o Decreto Lei nº180/95, de 26 de Junho, “ignorou tão importante e fundamental característica da Protecção Integrada, que é a proibição de pesticidas muito tóxicos para o Homem, não selectivos para os auxiliares e de elevado risco de contaminação da água”, tendo esta situação sido corrigida só posteriormente com a Portaria 4/97, de 28 de Janeiro.

Para que os citricultores possam beneficiar dos subsídios relativos a esta medida é-lhes exigido, entre outras condições, que tenham frequentado uma acção de formação específica em Protecção Integrada de Citrinos e que sejam sócios de uma Associação de Agricultores (reconhecida nos termos do Decreto-lei, nº180/95, de 26 de Junho com as alterações introduzidas pelo decreto-lei nº 110/96 de 2 de Agosto e demais legislação complementar) com a qual tenham celebrado um contrato de assistência técnica (MADRP, 2001).

Assim, a implementação desta medida de política esteve dependente da criação de Associações de Produtores e seu reconhecimento, por parte do Ministério da Agricultura, mais propriamente pela Direcção Geral de Protecção das Culturas (DGPC), como organismos apropriados para dar apoio técnico adequado à execução correcta desta medida. O pedido de reconhecimento destas associações à DGPC integra, entre outros documentos¹²², o programa de Protecção Integrada da

¹²² O Requerimento ao Director Geral de Protecção das Culturas, para o reconhecimento das associações, como de PI, deve ser acompanhado dos estatutos da associação, da acta de criação de secção autónoma, se for caso disso, da acta de eleição de corpos sociais, da acta de eleição ou nomeação de responsável pela secção autónoma, do programa de Protecção Integrada com parecer

associação, com o parecer prévio favorável da Direcção Regional de Agricultura da sua região ou regiões que integram a sua área de acção.

A análise de candidaturas ao respectivo reconhecimento deste tipo de associações permitiu-nos perceber que as estratégias destas tinham em vista disponibilizar apoio técnico aos associados, para que estes efectuassem as práticas de protecção fitossanitária dos citrinos, de acordo com as normas regulamentares estabelecidas para a cultura dos citrinos em PI. Igualmente proporcionar-lhes formação contínua, através do contacto/apoio frequente dos técnicos com os agricultores nas visitas às explorações, tal como por acções de formação em sala. Aquela pesquisa permitiu também, através de uma “análise do seu conteúdo” apreender a filosofia subjacente à protecção fitossanitária adoptada por estas associações e se as exigências do mercado estiveram ou não subjacentes, aquando da implementação deste tipo de medida de política. Foi nosso intuito observar se nestas candidaturas existia uma menção explícita ao mercado. Assim, partimos do princípio de que, o mercado terá, para estas, tanto mais importância quanto maior a frequência de expressões como “mercado” e “comercialização”. O indicador em que nos baseámos foi a frequência absoluta de expressões deste género, em todo o texto das candidaturas (Bardin, 1977). Desta forma compreendeu-se, que o objectivo último da protecção fitossanitária na PI é combater pragas e doenças com o

prévio favorável da Direcção Regional da região ou regiões onde a Organização pretende exercer a sua actividade, da minuta de contrato tipo de assistência técnica a celebrar com os agricultores associados e dos currículos dos técnicos contratados.

mínimo de impacte para o ambiente e recursos naturais, sem ter como intuito ultrapassar qualquer tipo de estrangulamento imposto pelo mercado¹²³.

Para este efeito, analisou-se uma das três candidaturas iniciais. A referência a comercialização surgiu apenas duas vezes: uma, quando se referiram aos “danos indirectos” provocados pela Cochonilha Negra (*Saissetia oleae* Olivier) onde destacaram que: “Devido à melada que estas excretam desenvolve-se a fumagina. Este fungo provoca danos indirectos, ao sujar os frutos, que irão necessitar de tratamento de limpeza no armazém, antes da comercialização”, e também quando argumentaram, que a Impietratura é uma doença que se “pode observar com alguma incidência nos nossos pomares de laranjeiras, tendo uma importância relativa, na medida em que os frutos atacados sofrem uma grande desvalorização comercial”.

Estes factos levaram-nos a inferir, que as entidades oficiais certificadoras, que decidem da aceitação destas associações com o estatuto de Protecção Integrada, não dão interesse ao papel que as pragas podem desempenhar, como constrangimento à valorização dos citrinos pelo mercado. A decisão para a aceitação destas associações, com tal estatuto, não teve em conta as exigências do mercado. O combate às pragas e doenças surge aqui como um fim em si mesmo e

¹²³ Efectivamente, isto está de acordo com o Decreto nº 180/95 de 26 de Julho, que menciona no seu Anexo II, como requisitos mínimos, a constar para efeitos da aprovação do programa de Protecção Integrada, os que têm a ver com “a caracterização da cultura e sua protecção fitossanitária e devendo integrar a estratégia de luta relativamente a pragas, doenças e infestantes”.

não como um meio, que pode contribuir para ultrapassar estrangulamentos à distribuição.

Todavia, é de destacar, que o modo de produção em PI nos citrinos do Algarve tem apresentado aspectos positivos, nomeadamente pela utilização de uma luta química à base de um menor número de aplicações de tratamentos, bem como pela utilização de substâncias activas menos tóxicas (Rodrigues, 2000). Estes factos têm contribuído, não só para melhorar o ambiente e as condições do aplicador do produto fitofarmacêutico, mas também para a salubridade destes frutos, devido à redução de resíduos de pesticidas, podendo ser, desta forma, útil para a saúde dos consumidores.

Porém, este modo de produção nos citrinos do Algarve não teve impacte para o consumidor, pois, apesar da área de citrinos em PI rondar os 21% da área citrícola do Algarve (2003-2006), dos oitenta e seis operadores de citrinos sediados no Algarve, apenas um destes comercializou citrinos certificados como de Protecção Integrada, utilizando o símbolo de PI em cada fruto. As quantidades comercializadas foram irrelevantes e destinaram-se somente a uma Grande Superfície.

É também de mencionar que, apesar do investimento que se tem realizado a nível nacional para incentivar a adopção da PI (valor superior a 73 milhões e quinhentos mil euros no período de 2004/05 a 2006/07), habitualmente, não se têm feito campanhas, da responsabilidade do Ministério da Agricultura ou do Ministério da Saúde. Estas campanhas deveriam ter em vista informar e

sensibilizar o público em geral sobre as vantagens do consumo da fruta produzida segundo as regras da PI, já que esta assegura a produção de alimentos com níveis baixos de resíduos de pesticidas e elimina a utilização de substâncias activas mais tóxicas. Todavia, dados do Centro de Informação Antivenenos (2006/2007), do Instituto Nacional de Emergência Médica (INEM), permitem constatar a ocorrência de cinco a seis intoxicações diárias com pesticidas, sendo que a maioria destes são muito tóxicos (Quadro E.1)

Assim, as constatações relativas a esta medida de política são que: o enquadramento regulamentar não enaltece o seu potencial interesse para o mercado; não dispõe de suficientes e eficientes meios biológicos para combater agentes que afectam o aspecto exterior dos citrinos (atributo bastante importante para o mercado). Por outro lado, aquando da acreditação das associações como de PI pelas entidades oficiais, estas preocupam-se essencialmente com os problemas de natureza fitossanitária e ambiental, não valorizando a função importante que este modo de produção pode desempenhar para o mercado, designadamente devido aos benefícios para a saúde dos consumidores, pelo menor número de aplicações de pesticidas, bem como pela utilização de substâncias activas menos tóxicas do que as que, em geral, são utilizadas na produção “convencional”. Tal leva-nos a deduzir, que o mercado (a qualidade) não esteve subjacente quando da implementação deste tipo de medida de política.

Assim, a distribuição de subsídios só beneficiou os agricultores/citricultores, remunerando-os pelo seu contributo para a preservação do ambiente, mas não teve em conta o desenvolvimento da citricultura, pois deixou em aberto muito

apetrechamento técnico necessário para que este modo de produção seja transmitido e identificado pelo consumidor como uma “mais valia”.

Perante o exposto, compreende-se que os consumidores não identifiquem os produtos em PI, como ficou evidente aquando do inquérito aos consumidores (apenas 27% dos inquiridos reconheceram o símbolo de Protecção Integrada, Quadro 5.7), que os Mercados Abastecedores sejam “laxistas” em relação a este aspecto (pois apenas 2% dos agentes que comercializavam para este canal, referiram que “ser produzido como PI” era um atributo “muito importante”, Quadro 5.11) e que a Grande Distribuição não releve este facto na fruta que vende. Porém, o que não se entende é que a Grande Distribuição seja normalmente exigente quanto a este aspecto¹²⁴, designadamente no acto da compra da fruta (42% dos agentes que comercializam para as CCGMS, referiram que estas consideram este atributo como muito importante Quadro 5.11), e abandonem este critério na venda/comercialização, já que não informam os consumidores dessa realidade. Do nosso ponto de vista, nestes casos, o critério de compra, como de PI, utilizado pelas CCGMS, tem tido por objectivo funcionar como “crivo” em relação aos seus fornecedores.

*

*

*

¹²⁴ O caderno de encargos que os agentes de comercialização têm de cumprir, inclui a certificação de um modo de produção semelhante à PI.

As constatações relativas ao financiamento e aos objectivos subjacentes a políticas públicas, designadamente no âmbito da IED relativamente à citricultura e da Protecção Integrada em citrinos, estão em coerência com a nossa hipótese. A visão do mercado não esteve presente quando da definição destas políticas.

Neste capítulo fez-se referência a políticas de qualidade relacionadas com o ambiente e a sanidade das plantas, um dos eixos de acção da política do governo e da União Europeia. Há também outras políticas que se relacionam com o tema deste trabalho, como é o caso da IGP, sobre a qual nos debruçaremos no próximo capítulo.

5.5 – A IGP “Citrinos do Algarve”

5.5.1 - Introdução / O que é uma IGP? / Que fins devem estar subjacentes à sua concepção?

É sabido que os citrinos têm vindo a defrontar-se com uma concorrência crescente, o que tem levado à diminuição dos preços ao produtor, com a consequente diminuição de rendimentos e dificuldade de escoamento do produto. Os progressos realizados, quanto a variedades e a técnicas culturais, têm permitido aumentar as produtividades e alargar o calendário de produções. Porém, o mercado nacional tem sofrido situações de saturação face ao excesso de produção de algumas das nossas espécies e/ou variedades. Também a globalização do comércio tem levado a uma concorrência vinda do exterior, na “estação” e na “contra estação”. Nestas circunstâncias, os consumidores são confrontados com a possibilidade de escolha num quadro diversificado de tipos de frutos e de origens.

A diferenciação dos citrinos do Algarve, com vista à sua valorização, aparece neste contexto como um meio para que as explorações, que não podem aumentar a sua competitividade pela diminuição dos custos, consigam sobreviver neste ambiente concorrencial.

Alavoine-Mornas (1998) refere que a diferenciação pela origem geográfica se fundamenta numa faceta da qualidade, associada não unicamente às técnicas que o agricultor utiliza, mas também à terra (que ele cultiva) e ao clima de que dispõe e donde sabe tirar o melhor partido, graças à sua experiência. Assim, um território e a qualidade que este confere ao produto podem constituir a base de uma diferenciação para os produtores de uma região.

Contudo, o facto dos produtos pertencerem a uma região, a notoriedade que esta confere, as relações de proximidade que esta cria, não dispensam que as empresas envolvidas construam, em conjunto e de comum acordo, as referências de qualidade, que saibam gerir e controlar essa qualidade e que implementem uma estratégia comercial adaptada, a fim de adquirir uma legitimidade reconhecida pelos seus clientes (Fragata, 2003).

Como consumidores, deparamo-nos com frequência com promoções de produtos realizadas pela distribuição, baseadas na sua origem geográfica. A proveniência torna-se, assim, um meio de diferenciação entre produtos. Desta forma, os distribuidores inovam, ao oferecer produtos de uma determinada região, associando-lhes imagens de qualidade, de saúde, de gosto, de “produto da estação”, de uma determinada origem, etc.

Em 1992 a Comunidade Europeia criou, no contexto da Política de Qualidade relativa aos produtos agrícolas, sistemas de valorização e Protecção de Denominações de Origem (DOP)¹²⁵, de Especialidades Tradicionais (ETG)¹²⁶ e de Indicações Geográficas (IGP). O intuito destas políticas foi promover a diversificação da produção, proteger os nomes dos produtos de fraudes e de

¹²⁵ DOP – é o nome de um produto, cuja produção, transformação e elaboração ocorrem numa área geográfica delimitada com um saber fazer reconhecido e verificado. Por exemplo, o queijo da Serra da Estrela, como DOP, obriga a que este seja produzido de acordo com as regras estipuladas no caderno de especificações, o qual inclui designadamente condições de produção do leite e higiene na ordenha.

¹²⁶ ETG - Especialidade tradicional garantida, não faz referência a uma origem, mas tem por objecto distinguir uma composição tradicional do produto ou um modo de produção tradicional. Exemplos: presunto Ramon Serrano (Espanha), Queijo Mozzarella (Itália), pastéis Panellets (Espanha).

imitações, e proporcionar aos consumidores informação relativa às características específicas dos produtos.

De acordo com o *Reg.(CEE) 2081/92* do Conselho de 14 de Julho de 1992 e com o *Reg.(CE) 510/2006* de 20 de Março de 2006, uma IGP (*Indicação Geográfica Protegida*) é:

“o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos especiais, de um país, que serve para designar um produto agrícola, originário dessa região, desse local determinado ou desse país e que possui determinada qualidade, reputação, ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica e cuja produção e/ou transformação ocorrem na área geográfica delimitada”.

A Indicação Geográfica Protegida (IGP) é considerada um instrumento, que poderá ajudar a agricultura a conseguir atingir objectivos que lhe estão consignados pela actual Política Agrícola Comum, tais como: a manutenção de actividades económicas nas regiões rurais e desfavorecidas, a preservação da paisagem, a diversificação da agricultura¹²⁷ e a satisfação dos consumidores.

Actualmente, no contexto da globalização do comércio, é importante para o consumidor saber o que está a comprar. Neste âmbito, a Comissão Europeia criou logótipos, que permitem identificar os produtos agro-alimentares que beneficiam

¹²⁷ Na medida em que, uma IGP é relativa a uma região específica, as actividades agrícolas que lhe estão ligadas não podem ser deslocalizadas para zonas onde a agricultura é mais fácil, encorajando, por isso, os agricultores a prosseguirem as actividades, mesmo em zonas desfavorecidas mais difíceis.

de sistemas de protecção, como é o caso da IGP. A utilização deste logótipo é uma garantia de autenticidade e permitirá sensibilizar os consumidores para o facto da qualidade do produto estar ligada à sua área geográfica. O logótipo IGP é um símbolo oficial de qualidade reservado a produtos de uma região, que lhes dá um carácter específico. Este símbolo deve garantir a autenticidade do produto. Um produto que beneficie de uma tal menção, deve satisfazer as condições que constam do respectivo caderno de especificações e obrigações.

A principal diferença entre uma indicação geográfica e uma marca comercial reside no facto da marca comercial ser um direito individual exclusivo, enquanto que a indicação geográfica, pelo contrário, deve estar ao alcance de qualquer produtor da localidade ou região respectiva (Fisher, 2003).

Esta referência protegida não pertence a nenhum produtor nem a nenhuma empresa. Trata-se de um direito de uso. Qualquer entidade, que cumpra as exigências do caderno de especificações, pode utilizar a denominação protegida, desde que se submeta ao controlo da produção, da transformação ou da elaboração do produto por um organismo de certificação autorizado para o efeito.

Uma IGP contribui para a diferenciação de um produto agrícola, tornando-se, por isso, um trunfo importante para o desenvolvimento.

A protecção comunitária de produtos agro-alimentares tem gerado expectativas, mas também controvérsias, acerca da capacidade das especificações dos produtos em contribuir para processos de desenvolvimento local.

Uma Indicação Geográfica deve, pois, “resultar de um processo de construção colectiva que envolva, em regra, produtores, comerciantes, distribuidores e a administração pública como entidade reguladora. Numa fileira agro-alimentar, todos os actores são interdependentes e devem coordenar as suas acções em relação a um produto que, apesar de protegido, está sujeito às evoluções da tecnologia e da distribuição e à mobilização de novos saberes e competências” (Fragata, 2003: 450). Assim, a qualidade do produto deve ser fruto de negociações sucessivas, desde a produção ao consumo, isto é, entre quem oferece e quem procura. A qualidade final será o resultado de um processo de compromisso no conjunto de actores de uma fileira onde cada um joga com a sua estratégia. É de referir que a qualidade deve ser definida pelo cliente (que tem sempre razão) e por um consenso social, expresso ou não em normas (Fragata, 2003).

A construção de uma qualidade específica deve ser um processo que dê origem a decisões colectivas, em que os constrangimentos impostos sejam pertinentes e possam ser controláveis pela maioria dos actores. Introduzir uma possibilidade de diferenciação no interior duma convenção comum de qualidade, tomando em consideração os tipos de mercados, permite integrar os interesses e solidarizar actores. A certificação poderá, assim, constituir uma alavanca para o desenvolvimento, se o produto tiver reputação positiva.

Como já foi referido, as empresas terão que adoptar, cada vez mais, uma óptica de mercado, pelo que deverão estar permanentemente atentas às evoluções dos mercados e perceber que, em muitos casos, estes são segmentados, ou seja, que há grupos de consumidores com necessidades e comportamentos distintos. A

adaptação da oferta à procura leva a encarar o produto como um conjunto de atributos que vão ao encontro das necessidades dos consumidores (Duarte, 2005).

5.5.2 - A IGP “Citrinos do Algarve” - um insucesso

Os “Citrinos do Algarve” dispõem de uma Indicação Geográfica (IG) reconhecida pelo Estado Português desde 1994 (Despacho nº63/94 de 21 de Janeiro) e, posteriormente, protegida pela Comunidade Europeia, através do Regulamento (CEE) nº1107/96 de 12 de Junho, como Indicação Geográfica Protegida (IGP).

Desde 1998¹²⁸, a UNIPROFRUTAL, União de Produtores Hortofrutícolas do Algarve, é o agrupamento com responsabilidades inerentes à gestão de uso da IGP “Citrinos do Algarve” (Despacho nº 5250/98, 2ª série, de 3 de Março) e a APAGAL, Associação para os Produtos Agro-alimentares tradicionais certificados do Algarve, é o Organismo Privado de Controlo e Certificação para os “Citrino do Algarve” – IGP.

Este ponto teve como objectivo investigar e diagnosticar se a IGP “Citrinos do Algarve” tem funcionado como um meio para potenciar o desenvolvimento económico da citricultura algarvia, tendo em conta o mercado e o seu

¹²⁸ Desde 1994, aquando do reconhecimento dos citrinos do Algarve como IG, até 1998, foram confiadas: a gestão de uso da referência de qualidade “Citrinos do Algarve” à CACIAL e as funções de Organismo Privado de Controlo e Certificação desta denominação de origem à UNIPROFRUTAL. Entretanto, os intervenientes do sistema consideraram que a UNIPROFRUTAL apresentava melhores condições do que a CACIAL, para desempenhar as tarefas necessárias à promoção e desenvolvimento dos “Citrinos do Algarve” e à sua valorização comercial, por se tratar de uma União de Produtores Hortofrutícolas com objecto de actividade mais abrangente. Assim, por despacho nº 5250/98, 2ª série, de 3 de Março, foram retiradas à CACIAL as responsabilidades inerentes à gestão de uso da IGP “Citrinos do Algarve” e cometidas integralmente à UNIPROFRUTAL.

enquadramento sócio-técnico. Pela análise das quantidades de citrinos comercializadas com esta referência de qualidade, bem como pelo número de agentes que a utilizaram, desde 1996 até 2007 (Quadros 5.19, 5.20, 5.21), podemos concluir que não.

Os elementos fornecidos pela APAGAL, evidenciam a fraca adesão dos agentes a este instrumento de diferenciação desde 1996.

Quadro 5.19 - Utilização da IGP - “Citrinos do Algarve” no período 1996/2001

Unidade: toneladas e percentagens

Ano Agrícola	Pedidos de autorização de uso da IGP	Citrinos comercializados com certificação IGP “Citrinos do Algarve”		Produção média de citrinos no Algarve (1997-2001)	Produção certificada como IGP em relação à produção média do Algarve (1997-2001)
		Quantidade	Destino da Produção		
1996 a 1998	-	-	Só para promoção		
1999 a 2001	4 OP	186	92% - Export. 8% GMS	203.000	0,09%

Fonte: APAGAL (Quadro F.1)

Nos anos agrícolas de 1996 a 2001 (Quadro 5.19), este instrumento de diferenciação praticamente não funcionou. A quantidade certificada foi exígua (aproximadamente 200 toneladas em 5 anos), e destinou-se essencialmente a campanhas de promoção e divulgação a nível nacional, aquando da EXPO 98, e para exportar para alguns países considerados não produtores de citrinos, designadamente Alemanha, França, Mauritânia e Cabo Verde¹²⁹.

¹²⁹ Nestes casos beneficiando de um subsídio para a embalagem

Sabe-se que em 2001, a direcção recentemente eleita da UNIPROFRUTAL, levou a cabo algumas acções de divulgação junto de produtores, centrais fruteiras e distribuidores, sensibilizando-os para o interesse económico que poderia advir da utilização desta referência.

Quadro 5.20 - Utilização da IGP- “Citrinos do Algarve” no ano agrícola 2002/2003

Unidade: toneladas e percentagens

Ano Agrícola	Pedidos de autorização de uso da IGP	Citrinos comercializados com certificação IGP-“Citrinos do Algarve”		Produção Média de citrinos no Algarve (1999-2003)	Percentagem da produção certificada como IGP em relação à produção média do Algarve (1999-2003)
		Quantidade	Destino da Produção		
2002 / 2003	OP (8)	1.441	GMS		
	Produtor e intermediário grossista (2)	541	GMS		
	Produtor e intermediário grossista (2)	98	MT / Português		
	Total (12)	1.639	6% MT e 94% GMS	≈ 218.000	≈ 1%

Notas: * 6 dos agentes de comercialização que pediram autorização para o uso da IGP, não a utilizaram.

Fonte: APAGAL (Quadro F.2)

No ano agrícola 2002/2003 (Quadro 5.20) a área de pomares certificados para possível utilização da sua produção como IGP “Citrinos do Algarve” rondou os 2500 hectares, o que correspondia a cerca de 14% dos pomares da região.

As respectivas centrais fruteiras estimaram que a produção a comercializar, com tal diferenciação, nesse ano, deveria ser da ordem das 10.000 toneladas, o que, tendo em conta a produção média do Algarve nos últimos cinco anos (218.000 ton) corresponderia a cerca de 5% da produção.

Porém, a produção que foi efectivamente comercializada como IGP “Citrinos do Algarve” foi pouco além das 1500 toneladas (valor irrisório e inferior a 1% da produção de citrinos do Algarve). A maioria desta produção foi comercializada

por OP e destinou-se essencialmente (94%) a Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies (CCGMS).

Quadro 5.21 - Utilização da IGP- “Citrinos do Algarve” nos anos agrícolas 2003/2004 a 2006/2007

Unidade: toneladas e percentagens

Ano Agrícola	Utilização da IGP	Citrinos comercializados com certificação IGP “Citrinos do Algarve”		Produção média de citrinos no Algarve (últimos 5 anos)	Produção certificada como IGP em relação à produção média do Algarve (últimos 5 anos)
		Quantidade	Destino da Produção		
2003 / 2004	Prod. e Interm. Gross. (3)	931	GMS		
	OP (4)	1.456	GMS		
	Total (7)	2.387	100% GMS	226.000	1%
2004 / 2005	Prod. e Interm. Gross. (3)	801	GMS		
	OP (3)	884	GMS		
	Total (6)	1.685	100% GMS	228.000	1%
2005 / 2006	Produtor (1)	20	GMS		
	OP (4)	622	GMS		
	Total (5)	642	100% GMS	234.000	0%
2006 / 2007	Produtor (1)	162	GMS		
	OP (2)	1.031	GMS		
	Total (5)	1.193	100% GMS	234.000	1%

Fonte: APAGAL e Quadro F.3

Relativamente aos anos agrícolas 2003/2004 a 2006/2007 (Quadros 5.21) as constatações, quanto a quantidades comercializadas, bem como quanto aos agentes que utilizaram esta referência, para comercializar os citrinos do Algarve, foram muito semelhantes às referidas para 2002/2003.

Em suma, têm sido muito poucos os agentes que têm pedido autorização para o uso da IGP “Citrinos do Algarve”, e as quantidades transaccionadas com esta referência são insignificantes.

Estes factos sugeriram-nos algumas questões, para as quais ensaiamos, de seguida, algumas respostas, com base nos inquéritos levados a cabo junto dos agentes de comercialização de citrinos do Algarve e dos consumidores nacionais, bem como pela análise do caderno de especificações (Documento F.4) com vista à compreensão de possíveis razões para este insucesso.

Por que razão, das 86 centrais fruteiras sediadas no Algarve, tão poucas pediram autorização de uso da IGP? Das centrais que pediram autorização de uso, porquê apenas 4 não são OP, quando a maior quantidade de citrinos do Algarve não é comercializada através das Organizações de Produtores? Será que foi por desconhecimento do que é esta IGP, porque não se adequam às exigências impostas pelo caderno de especificações da IGP ou porque os clientes não valorizam esta referência?

Sobre este conjunto de questões podemos informar que, de acordo com os inquéritos realizados¹³⁰ aos agentes de comercialização dos citrinos do Algarve, relativamente à produção de citrinos do Algarve, que se destinou ao consumo em fresco, 70% foi escoada através de intermediários grossistas; 21% através de OP e 9% por Produtores. Mas, efectivamente, todas as OP entrevistadas sabiam o que era a IGP “Citrinos do Algarve”, enquanto que apenas 28% dos Produtores e 29% dos Intermediários Grossistas, conheciam esta instituição. Relativamente aos Intermediários Grossistas é de referir também, que 55% já tinham ouvido falar

¹³⁰ Os inquéritos referiram-se ao ano agrícola 2002/2003.

desta IGP, mas não dispunham de informação suficiente, nem sabiam se tinham condições para utilizar esta referência e 16% nunca tinham ouvido falar. E, quanto aos Produtores, é de salientar também, que 61% já tinham ouvido falar na IGP, mas não tinham informação suficiente e 11% nunca tinham ouvido falar da mesma.

Quadro 5.22 - Os agentes de comercialização dos citrinos do Algarve e a IGP

Unidade: toneladas e percentagens

Unidade: toneladas e percentagens

Tipo de agente			Tem feito investimento				Comercialização		Sobre a IGP							
			C/ ajudas comunitárias		S/ ajudas comunitárias				Total p/ consumo em fresco		Sabe o que é		Já ouviu falar mas não sabe se tem condições p/ utilizar		Nunca ouviu falar	
	nº	%	nº	%	nº	%	Ton	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
Produtor	18	33%	6	33%	8	44%	10.228	9%	5	28%	11	61%	2	11%	5	28%
OP	6	11%	6	100%	3	50%	21.973	21%	6	100%	0	0%	0	0%	5	83%
Interm.Gross.	31	56%	8	26%	18	58%	80.106	70%	9	29%	17	55%	5	16%	4	13%
Total	55	100%	20	36%	29	53%	112.307	100%	20	36%	28	51%	7	13%	14	25%

Fonte: Quadros AP-2c.2, AP-2c.6'' e AP-2c.7'

Dos agentes entrevistados apenas 25% cumpriam os requisitos exigidos pela IGP. É de evidenciar que, apesar de muitos dos agentes terem investido nos últimos 10 anos, recorrendo ou não a ajudas Comunitárias (Quadro 5.22), apenas 13% dos intermediários grossistas, 28% dos produtores e 83% das OP cumpriam os requisitos exigidos pela IGP.

Constatámos também, que foram vários os operadores que, tendo pedido autorização para o uso da IGP "Citrinos do Algarve" e que, por isso, pagaram os respectivos controlos e certificações (bem como etiquetas para as embalagens), acabaram por não utilizar este instrumento de diferenciação do produto, num mercado cuja competição é crescente. Qual terá sido a principal razão para o sucedido? Será que os seus clientes não valorizam esta diferenciação, porque o

consumidor final a desconhece, ou será que estes não lhe atribuem uma mais valia compatível com os custos que lhe estão associados?

Relativamente à valorização da IGP por parte dos diferentes clientes (canais de distribuição), quando da análise dos atributos de qualidade mais valorizados pelos principais canais de distribuição dos citrinos do Algarve (os Mercados Abastecedores e as Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies), pudemos constatar que a IGP é referida por 50% dos agentes, que vendiam às CCGMS, como um atributo de qualidade muito importante para este tipo de canal, enquanto que, dos agentes que comercializavam para os Mercados Abastecedores, nenhum se referiu à IGP, como atributo muito importante (Quadro 5.11).

Pelo que acabámos de enumerar, relativamente ao conhecimento da IGP “Citrinos do Algarve” por parte dos diferentes agentes, à adequação das centrais fruteiras no que respeita aos requisitos exigidos por esta, à valorização desta referência por parte dos Mercados Abastecedores e das CCGMS e, tendo em conta a importância das quantidades escoadas pelos diferentes agentes¹³¹ para os canais de distribuição, que valorizam esta diferenciação, compreende-se o porquê de tão poucas centrais terem pedido autorização para o uso e nestas haver domínio das OP (Quadro 5.23).

¹³¹ Na nossa amostra, relativamente ao escoamento de citrinos para consumo em fresco, é de referir que os Produtores procediam à venda de 9% (sendo que 38% destes direccionavam-se para M.Abast. e 25% para CCGMS), as Organizações de Produtores escoavam 20% (em que 29% destes se direccionaram para CCGMS e 17% para M.Abast.) e os Intermediários Grossistas procediam à venda de 71% (em que 65% destes, iam para os M.Abast. e apenas 9% para CCGMS).

Quadro 5.23 – Os agentes de comercialização dos citrinos do Algarve, canais de distribuição utilizados e adequação à IGP

Unidade: toneladas e percentagens

Tipo de agente			Comercialização		Comercializa para				IGP - Citrinos do Algarve			
			Total p/ consumo em fresco		CCGMS		M. Abast.		Sabe o que é		Adequam-se às exigências	
	nº	%	Ton	%	Ton	%	Ton	%	nº	%	nº	%
Produtor	18	33%	10.228	9%	2.520	25%	3.841	38%	5	28%	5	28%
OP	6	11%	21.973	20%	6.399	29%	3.697	17%	6	100%	5	83%
Interm.Gross.	31	56%	80.106	71%	7.112	9%	52.415	65%	9	29%	4	13%
Total	55	100%	112.307	100%	16.031	14%	59.953	53%	20	36%	14	25%

Fonte: Quadros AP- 2 c.2, AP-2c.6'' e AP-2c.9

Questionámo-nos também sobre se as exigências impostas pelo caderno de especificações da IGP “Citrinos do Algarve”, ao nível da produção e da comercialização, tiveram em conta o mercado, bem como os recursos disponíveis ao nível técnico e social.

A análise do caderno de especificações, no que respeita às exigências quanto aos atributos do produto, bem como quanto às imposições relativas aos agentes de comercialização e respectivas centrais fruteiras, levaram-nos, também, a avançar mais algumas causas possíveis do insucesso verificado.

Logo à partida, o ponto do caderno de especificações, relativo ao uso da IGP “Citrinos do Algarve”, exclui grande parte da produção de citrinos do Algarve de utilizar esta diferenciação. Isto, devido ao facto de nele aparecer referido que a mesma,

“... pode ser utilizada por entidades colectivas ou individuais que tenham meios para preparar e acondicionar citrinos, desde que expressamente autorizadas e se submetam às “regras de produção” e ao regime de controlo e de certificação estabelecido; e que a autorização para a utilização da IGP “Citrinos do Algarve” deve ser pedida durante o mês de Setembro de cada ano. As empresas

interessadas em utilizar aquela referência deverão comunicar, nessa data, a quantidade prevista a ser comercializada com Indicação Geográfica na campanha seguinte. A autorização depende da verificação das condições de produção, designadamente localização e estado geral dos pomares, variedades existentes, práticas culturais, condições de apanha, transporte, preparação, acondicionamento e conservação dos citrinos.”

Neste ponto é referido ainda que:

”deverão ser as centrais citrícolas a diligenciar a recolha dos elementos relativos à produção, junto dos produtores, e sua apresentação ao Organismo Gestor da IGP”;

Este ponto, como veremos seguidamente, deixa bem evidente, que esta inovação institucional não teve em conta os recursos disponíveis.

Quanto ao período e à forma como se deve proceder para o pedido de autorização de uso, não foram tomadas em conta as formas dominantes de aquisição dos citrinos do Algarve pelos diferentes tipos de agentes de comercialização, nem que os agentes dominantes na comercialização dos mesmos não são as Organizações de Produtores.

Sobre este assunto, e relativamente aos citrinos do Algarve que os diferentes tipos de agentes comercializaram é de salientar que: 27% eram provenientes de suas explorações ou das de seus associados; 29% adquiridos através de contratos de compra e venda de frutos pendentes; 14% adquiridos, ao longo da campanha, nas explorações a quilos e 30% adquiridos no armazém aos agricultores ou a ajuntadores. Os valores enumerados evidenciam que logo à partida, estará

excluída, por esta razão, duma possível utilização como IGP, uma quantidade significativa da produção do Algarve (44%), pois os agentes, que compram ao longo do ano, à porta do armazém (a agricultores ou a ajuntadores) e nas explorações a peso, nunca terão hipótese de cumprir este requisito do caderno de especificações.

Relativamente às características do produto (ponto IV do caderno de especificações), quanto a defeitos que não alteram a sua qualidade interna, designadamente manchas derivadas de ácaros, cochonilhas, tripes e roçaduras de ramos,¹³² são admitidos valores irrisórios e não podem estar presentes em mais de 10% dos frutos de cada embalagem. Por exemplo, relativamente a cochonilhas e similares, não são admitidos frutos com mais de 5 manchas e estas não poderão ter um Ø superior a 15 mm. Quanto a roçaduras de ramos, tripes e ácaros não são admitidos frutos com mais de 4 cicatrizes e estas não poderão ter Ø superior a 25 mm.

Sobre esta matéria, efectivamente, quando os consumidores adquirem citrinos, um dos factores que valorizam bastante é o seu aspecto exterior, sem manchas (Quadros 5.1 e 5.2). No entanto, quando se referem aos “Citrinos do Algarve” como tendo “maior qualidade que os provenientes de outras origens”,

¹³² Referidos como sendo dos “principais defeitos encontrado nos citrinos, numa central fruteira, mas pouco perigosos” (Agroalimentación - La naranja: cultivo e manejo de la naranja. *in* : <http://infoagro.com/citrinos/mandarina.htm>).

fundamentam a sua opinião no facto de estes serem mais doces, terem mais sumo e serem mais saborosos (Quadro 5.4 e Quadro AP-1c.12).

A exigência relativamente ao “aspecto exterior” dos citrinos, particularmente no que respeita às manchas derivadas dos tripes e às roçaduras dos ramos, evidencia que as especificações para a diferenciação da qualidade dos citrinos do Algarve não tiveram em conta os constrangimentos técnicos (Quadro 5.14) e climáticos com que esta cultura se confronta nesta região.

No que respeita às condições sanitárias nos centros de preparação e acondicionamento (ponto VI no caderno de especificações), considera que “devem ser respeitadas todas as normas elementares de acordo com a legislação em vigor”.

É de realçar também que, apesar de uma percentagem significativa de agentes ter investido, com vista à modernização e ampliação das centrais fruteiras, bem como à sua adaptação às normas ambientais, higio-sanitárias e de segurança no trabalho (Quadro 5.22), a maioria dos produtores e dos intermediários grossistas ainda não cumpre os requisitos exigidos pela IGP (como já se referiu, apenas 28% dos produtores e 13% dos intermediários grossistas cumprem os requisitos exigidos). No entanto, 83% das OP cumprem os requisitos exigidos pela IGP (Quadros AP-2c.6'', AP-2c.10, AP-2c.11, AP-2c.12, AP-2c.13, AP-2c.14 e AP-2c.15).

Perante o facto de alguns operadores terem pedido autorização para o uso da IGP e terem acabado por não utilizar esta referência, tentámos perceber se o consumidor final a desconhece ou se não lhe atribui uma mais valia compatível

com os custos associados. Recorremos, para isso, aos inquéritos aos consumidores finais (Apêndice 1a), onde, mediante as respostas às questões 49, 52, 53, 54 e 55 (sobre se estes conhecem ou se já ouviram falar dos citrinos do Algarve; qual a opinião que têm sobre a qualidade destes relativamente a citrinos de outras proveniências e o porquê dessa opinião; bem como, se os encontrassem à venda, o que fariam em termos de comportamento de compra), pudemos concluir que os citrinos do Algarve gozam de notoriedade (89% dos inquiridos, conhecem ou já ouviram falar deles) e reputação, pois, dos inquiridos, que conhecem os citrinos do Algarve, 64% consideram que estes têm melhor qualidade, comparativamente a outros provenientes de outras origens, por serem mais doces (50% das respostas), terem mais sumo (15% das respostas) e serem mais saborosos (13% das respostas).

No entanto, quando da apresentação do logótipo comunitário, relativo à protecção de um produto com Indicação Geográfica (questões 56 e 57), verificou-se que apenas 20% dos inquiridos reconhecem este símbolo e só 12% o relacionam com “garantia de qualidade”, “certificado de origem”, ou lhe associam “confiança, garantia e segurança”.

Para um melhor esclarecimento do assunto, entrevistaram-se agentes que comercializaram citrinos com IGP, para tentar perceber para onde se destinaram estes citrinos e se a relação benefício/custo foi favorável.

Assim, junto dos que comercializaram os citrinos do Algarve com IGP, constatámos que estes se direccionaram, quase exclusivamente, para Centrais de

Compras de Grandes e Médias Superfícies. Segundo uns agentes, a IGP é considerada já uma obrigatoriedade, quando da aquisição dos citrinos por parte de algumas Centrais de Compras. Outros consideraram-na como bastante útil, porque as CCGMS lhes exigiam a rastreabilidade (do campo à distribuição) e aceitavam esta referência como cumprimento desse requisito.

Quanto à relação benefício/custo associada à transacção destes citrinos, enquanto uns referiram que os custos eram totalmente suportados por eles e o preço era o normal (para aquele tipo de mercado), outros mencionaram que os clientes que exigiam IGP “Citrinos do Algarve” eram efectivamente os que pagavam melhor, portanto, nem se tinham preocupado com os custos associados à certificação desta diferenciação (que consideravam da ordem dos 0,0075 €/kg).

Enfim, o conjunto de respostas às questões suscitadas, fundamentadas na análise das exigências do caderno de especificações e nos dados obtidos pelos inquéritos realizados junto dos agentes de comercialização de citrinos sediados no Algarve e dos consumidores finais, a nível nacional, permitiram-nos perceber o funcionamento do sistema citrícola algarvio e constatar que, de entre outros, os parâmetros enumerados no caderno de especificações da IGP “Citrinos do Algarve” não se adequam à realidade local, a saber:

- Quanto ao período e à forma como se deve proceder para o pedido de autorização de uso, não foi tomado em conta que os principais agentes, que comercializam os citrinos do Algarve, são Intermediários Grossistas e focalizam-

se nas Organizações de Produtores como sendo os principais agentes na comercialização;

- Não foram tomadas em conta as condições, técnicas e sociais, dominantes ao nível da produção e seu reflexo na qualidade, bem como as características que o consumidor nacional mais valoriza nos citrinos do Algarve;

- Não foi tomado em conta que a maioria das centrais fruteiras do Algarve não cumpre todos os requisitos legais impostos para as agro-indústrias em geral. Neste ponto não diferenciaram exigências racionais, relativamente à rastreabilidade do produto, à garantia sanitária dos citrinos e à defesa do ambiente, de exigências utópicas que levarão ao abandono da actividade por parte de muitos agentes (Quadro AP-2c.6).

Enfim, as obrigações constantes no caderno de especificações, relativas à IGP “Citrinos do Algarve”, estão desadequadas às condições reais e concretas da produção de citrinos no Algarve.

Tentámos saber, como se tinha procedido aquando da criação da IG “Citrinos do Algarve”, junto dos investigadores¹³³ que colaboraram nesta tarefa. A consulta do relatório executado¹³⁴ (Outubro 1995) confirmou tratar-se de uma inovação institucional, que careceu de um consenso ao nível dos diferentes tipos de agentes

¹³³ Agostinho Carvalho e M. Freitas \ Centro de Investigação de Desenvolvimento e Economia Regional (CIDER).

¹³⁴ Relatório executado no âmbito da colaboração estabelecida entre o CIDER/Universidade do Algarve e a UNIPROFRUTAL.

que integram o sistema citrícola algarvio. Os autores desta investigação informaram, neste relatório, que uma Indicação Geográfica poderia sustentar políticas de desenvolvimento com objectivos distintos. Apresentaram, por isso, diferentes cenários, construídos a partir de elementos chave do caderno de especificações, designadamente as características do produto e questões relativas à colheita e pós colheita, como factores a ponderar antes da implementação de qualquer modalidade de IG.

Os cenários, que estes apresentaram, assentavam em estratégias de desenvolvimento distintas. Um cenário, em que a diferenciação do Produto (IG) assentava num produto de alto valor, o qual, de acordo com as expectativas dos operadores, não contemplaria mais do que 5% da produção de citrinos do Algarve. Segundo os operadores, este cenário não teria qualquer impacte em termos de produção, pois as empresas não estavam adaptadas a tal sistema. E outros cenários, cujos objectivos seriam a valorização de praticamente toda a produção regional, diferenciando um produto de qualidade média, melhorada em relação ao produto corrente. Aqueles investigadores alertavam também, para o facto da aplicação de qualquer dos cenários mais abertos poder ter efeitos estruturantes sobre a produção e contribuir para a melhoria da qualidade do produto.

Constatámos contudo, que a IG “Citrinos do Algarve”, que foi instituída, correspondeu ao cenário mais exigente relativamente à qualidade (aspecto exterior) dos citrinos. Esta não surgiu de um consenso entre actores, não foi fruto de uma construção social, nem teve em conta as condições reais e concretas da produção e da comercialização dos citrinos do Algarve.

Barjolle e Sylvander (2003), defendem que o processo de criação de valor deve ser um processo colectivo e consideram que o sucesso deste tipo de fileiras se fundamenta na existência de objectivos coerentes do ponto de vista do grupo. Assim, por tudo o que anteriormente ficou referido, compreende-se o insucesso da IGP “Citrinos do Algarve”, do ponto de vista social e económico.

É sabido que as estratégias a definir para este tipo de instituições, deverão ter subjacentes o mercado, bem como os recursos técnico-sociais disponíveis. Por isso, neste esforço de inovação e de diferenciação ao nível da citricultura, seria importante o reforço da ligação entre as empresas e os centros de investigação para a identificação de produtos e técnicas de produção, que vão ao encontro das exigências dos consumidores.

Foi constituído, no ano 2000, o Centro Tecnológico de Citricultura (CTC) cujo objectivo geral era, “promover o desenvolvimento da fileira citrícola, designadamente através da melhoria da competitividade dos agentes económicos, do aprofundamento da cooperação e parceria e da dignificação e qualificação dos agentes e dos produtos” (artigo 3º, nº1 dos Estatutos do CTC). Apresentava-se, por isso, como uma instituição com bastante interesse para o desenvolvimento da citricultura. No ponto seguinte far-se-á a análise e o diagnóstico do Centro Tecnológico de Citricultura.

5.6 - O Centro Tecnológico de Citricultura

Os Centros Tecnológicos (CT) “são entidades privadas sem fins lucrativos, que têm como objectivo o apoio ao crescimento e desenvolvimento dos sectores da sua esfera de actuação, através do reforço das capacidades técnicas e tecnológicas das empresas” (Xavier, 2005: 8). Qualquer Centro Tecnológico deve ser também entendido como “a instituição que, para além de prestar serviços às empresas faz o *interface* entre o conhecimento puro e o conhecimento aplicado, com o objectivo de contribuir para o crescimento económico” (Xavier, 2005: 8). Os Centros Tecnológicos têm legislação própria (Decreto-Lei nº 249 de 1986).

Os CT são entidades que vivem para a solução dos problemas das empresas, que são cada vez mais abrangentes, tanto do ponto de vista do mercado, como de soluções técnicas e tecnológicas. Estes centros são fundamentais, tanto para sensibilizar as empresas para a necessidade de inovar para melhor competir, como para a urgência de implementar projectos IED para haver inovação. As actividades de transferência de tecnologia e de vigilância tecnológica multidisciplinar são, assim, uma missão a cumprir pelos CT (Xavier, 2005).

O Centro Tecnológico de Citricultura era, desde há muito, uma aspiração dos citricultores, entendido como uma estrutura credível de transferência de tecnologia, vocacionada para o apoio à citricultura nas várias vertentes da sua actividade, com o objectivo fundamental de contribuir para a recuperação do sector, através da modernização das explorações e consequente aumento da competitividade, bem como melhoria dos resultados da actividade citrícola.

O Centro Tecnológico de Citricultura (CTC) foi criado, por escritura pública, em 22 de Dezembro de 1999, como associação sem fins lucrativos, apresentando como objectivo principal promover o desenvolvimento da fileira citrícola nacional, através da melhoria da competitividade dos agentes económicos. Congregou um total de 50 associados, onde se incluíam Instituições da Administração Central, Regional e Local (designadamente, o INIA, a DRAALG, a RTA, as Câmaras Municipais de C. Marim, Vila Real Stº António, Tavira, Faro, Loulé, Silves e Lagos), a Universidade do Algarve, Organizações e Associações de Produtores (tais como a Cacial, a Citripor, a Cooprobol, a Frutalgarve, a Frutarade, a Farfruta, a Frusoal, a Real Citrinos do Algarve, a Tavifruta, a Cooperativa “A Esperança de Moncarapacho”, a Cooperativa das Bananas, a AFSA, a Apicitro, a Associação de Regantes e Beneficiários de Alvor, a Associação de Regantes de Silves, Lagoa e Portimão, a CEAL, o CERA, o NERA, a UNIPROFRUTAL e a GLOBALGARVE), e reunindo também associados ligados ao Comércio, à Indústria e três citricultores a título individual.

Apesar de, oficialmente, ter iniciado actividade em 19 de Janeiro de 2000, só em finais de Março tomaram posse os seus Corpos Sociais e, apenas no início de 2001, se concretizou a contratação do seu director executivo. O CTC instalou-se posteriormente, na Quinta do Camacho em Silves num edifício cedido pela Câmara Municipal.

Para a prossecução dos objectivos gerais referidos, competia a este Centro, de acordo com os seus estatutos (artigo 3º, nº2), designadamente:

- a) Promover o desenvolvimento do sector e contribuir para a melhoria da competitividade das empresas citrícolas e sua maior organização para o mercado;
- b) Desenvolver projectos de investigação e desenvolvimento tecnológico com vista ao aumento da competitividade e da sustentabilidade do sector;
- c) Promover acordos interprofissionais e contratos inter-empresariais entre operadores aos diferentes níveis da fileira, que permitam melhorar o funcionamento das empresas e a organização do mercado;
- d) Contribuir para a valorização qualitativa da produção e do produto citrícola nacional;
- e) Intervir na qualificação e formação profissional dos recursos humanos da fileira;
- f) Investigar, produzir e divulgar informação técnica e científica, que permita um desempenho mais competente e profissional das empresas;
- g) Promover a informação dos consumidores e estimular o aumento do consumo de produtos cítricos em Portugal;
- h) Apoiar os esforços das empresas do sector na conquista de novos mercados;
- i) Promover ou realizar reuniões, conferências e congressos nacionais ou internacionais que se adequem à prossecução dos seus fins.

Segundo o então director executivo, para a concretização dos objectivos gerais enunciados, este CTC, para além de ter de constituir uma estrutura técnica própria, que lhe permitisse assumir a função de aconselhamento e prestação de serviços especializados, às explorações agrícolas e centrais, deveria também orientar a sua

acção para o desenvolvimento de programas e projectos estruturantes, salientando-se:

- O Programa de Investigação e Divulgação para a Modernização Tecnológica da Citricultura, que incluía projectos de “optimização da rega e da fertilização”, “melhoria dos sistemas de manejo do solo”, “introdução de novas técnicas de produção” e “tecnologia pós colheita”;

- O Programa de Promoção da Produção Integrada, com projectos de “dinamização e apoio à prática da Protecção Integrada”, “produção e distribuição de insectos auxiliares”, “estudo e acompanhamento das principais pragas e doenças dos citrinos”, e “monitorização da *Ceratitis Capitata*”;

- O Programa de Marketing e Merchandising para Citrinos, que incluía projectos de “prospecção de novos mercados para os citrinos portugueses”, “divulgação para a educação do consumo de citrinos em Portugal”, e “merchandising para os citrinos”.

- O Programa de Formação, onde se integrariam a “formação e informação para dirigentes”, a “formação de interligação com o meio”, a “formação de pessoal de centrais citrícolas” e a “formação de técnicos”;

- O Programa de Economia e Organização, que incluiria os projectos para a criação de um “centro de documentação”, e para a implementação de um “observatório nacional”, tal como de um “observatório internacional”.

Assim, tendo em vista estes fins, constituiu uma bolsa de formadores/consultores técnicos, com competência reconhecida nas várias vertentes de intervenção do Centro, e celebraram-se acordos de colaboração, com parceiros estratégicos como a DRAALG, o INIA, a UAlg, o IVIA e associações do sector para o desempenho das futuras actividades técnicas e de formação do CTC.

Ainda segundo o então director¹³⁵, este CTC era visto pelos seus associados, não tanto como um prestador de serviços ou de formação¹³⁶, mas mais como uma entidade que poderia coordenar e dinamizar várias frentes (designadamente estudos de mercado e investigação fundamental e aplicada), que permitissem ir ao encontro de soluções de fundo, técnicas e de gestão, que contribuíssem para ultrapassar a crise que o sector atravessava, bem como para o desenvolvimento da citricultura.

O CTC financiou-se através de um subsídio do Estado (cerca de 20.000 contos) aquando da sua instalação, do seu capital social (68.500 contos) e de financiamentos pelo programa AGRO, para os projectos nº 294 – Criação em massa de *Cryptolaemus Montrouzieri* para controlo da *Planococcus Citri* (10.970 contos), e para o nº 305 – Experimentação e Demonstração de técnicas pós colheita de citrinos (20.220 contos). Também ao abrigo do INOVALGARVE, Programa Regional de Apoio ao Desenvolvimento de Acções Inovadoras, o CTC

¹³⁵ Gouveia, R. 2006 (Comunicação Pessoal)

¹³⁶ Uma vez que estas funções eram já, em parte, desempenhadas por outras entidades, designadamente pelas Organizações de Produtores, pelas associações de Protecção Integrada e por outras associações do sector.

viu aprovado um projecto no valor de 40.000 contos, na área da “tecnologia pós colheita – controlo biológico de fungos”, e no valor de 20.000 contos para um “estudo de mercado de citrinos”.

Na ausência de garantias de suporte financeiro, devido ao facto de não ter sido conseguido acordo quanto à quotização por parte dos associados, o Centro viu-se obrigado a limitar a sua actuação, remetendo-se nos dois primeiros anos (até à aprovação e financiamento de alguns dos projectos), a um papel pouco ajustado às legítimas expectativas dos citricultores, e ao desejo dos seus dirigentes. Há a referir também, que uma excessiva concentração da actividade em programas apoiados por Fundos Europeus provoca elevados riscos, devido ao facto de nem todas as despesas serem elegíveis e, em geral, a comparticipação nas despesas elegíveis ser parcial e com tendência para diminuir num futuro próximo. Esta realidade dará, geralmente, origem a montantes de comparticipação muito elevados, que só poderão ser ultrapassados com a realização de receitas, que poderão eventualmente ser provenientes da prestação de serviços ou da participação através de quotizações anuais dos seus associados, factos que nunca aconteceram.

Desta forma, este Centro, cujo programa de actividades evidenciava grande importância para a citricultura, acabou por terminar a sua actividade em Abril de 2004 por falta de receitas para pagar o seu funcionamento corrente.

Gouveia considera, que o fracasso deste Centro pode ter tido diferentes origens, estando estas conotadas, essencialmente, com: o facto das perspectivas iniciais,

designadamente a prestação de serviços remunerados, não terem sido alcançadas e não terem existido estratégias alternativas; não se ter verificado um envolvimento dos associados/destinatários e estes apresentarem expectativas muito diferenciadas, bem como devido à falta de financiamento pelo não pagamento de quotas por parte dos sócios.

É de notar, que o CTC só sobreviveu enquanto “gastou” (em despesas fixas, variáveis, bem como nas participações próprias dos projectos) o dinheiro relativo ao total do capital social, e aos subsídios recebidos aquando da sua instalação e pelo desenvolvimento dos projectos de investigação já mencionados.

Do nosso ponto de vista, o objectivo inicial deste Centro e respectivo plano de actividades era ambicioso, mas poderia ter dado resposta a muitos dos problemas com que a citricultura se confronta. Contudo, consideramos que este Centro cessou a sua actividade devido à concepção do seu financiamento, pois não foi tida em conta a necessidade de fundos públicos neste tipo de instituições, que, como se referiu quando se fez o enquadramento teórico, segundo Ruttan (2001: 224) “o desenvolvimento de sistemas de educação e de investigação agrícola descentralizados e apoiados publicamente contribuem, de forma decisiva, para o sucesso das inovações tecnológicas” e, de acordo com as orientações de Hayami e Ruttan (1998), a necessidade de implementar sistemas de investigação e de transferência de tecnologia agrícola, com apoios públicos, deve-se ao facto das inovações ou informações resultantes deste tipo de investigação (especialmente na área biológica) terem características de bem público.

6. CONCLUSÕES

A citricultura tem uma enorme importância para o Algarve, quer do ponto de vista histórico-cultural, quer nas vertentes social, económica e de ocupação do território.

A grande expansão desta actividade verificou-se, fundamentalmente de 1950 a 1992, período em que foi plantada a maioria (64%) dos citrinos do Algarve (INE, 2002), ainda em mercado fechado, com bons níveis de preços e sem problemas de competitividade. No entanto, a situação é hoje, e será no futuro próximo, muito diferente da outrora existente pois, de uma economia proteccionista, passou-se a uma economia crescentemente concorrencial, sem que tenham sido encontradas soluções, que permitam uma melhor valorização da produção regional. Constatou-se que, de 1995 a 2004, se verificou uma diminuição dos preços correntes médios dos citrinos ao produtor da ordem dos 6%, e aumentos nos bens e serviços de consumo corrente e nos bens de investimento, respectivamente de 14% e de 29% (INE, 2006). Registaram-se alterações significativas dos mercados: do lado da oferta, devido, não só à expansão da citricultura a nível Mundial, como também à crescente abertura das fronteiras, com o Mercado Único Europeu e com os sucessivos Acordos Gerais sobre Tarifas e Comércio (acordos do GATT, actual OMC); do lado da procura, devido às alterações de exigências que se têm vindo a verificar, designadamente em termos de ambiente, de concentração da produção e de qualidade(s).

A análise do contexto externo do sistema citrícola algarvio, dos pontos de vista sócio-cultural, político-legal e económico, permitiu identificar alguns aspectos,

que poderão funcionar como pontos fortes ou como estrangulamentos ao desenvolvimento da citricultura algarvia.

Como pontos fortes a potenciar é de evidenciar que, até à data, o mercado português tem sido abastecido fundamentalmente pelos citrinos nacionais, designadamente pelos do Algarve e de destacar também, que não parece previsível uma diminuição do consumo de citrinos, tendo em conta o crescente reconhecimento do seu valor, tanto do ponto de vista organoléptico e nutricional, como para a saúde em geral. Sobre este assunto refira-se também que a última reforma da PAC, pretende estimular o consumo de frutas na UE, cujas vantagens para a saúde estão comprovadas.

Contudo, a citricultura a nível mundial continua a expandir-se, os mercados estão cada vez mais globalizados e constata-se uma saturação crescente dos principais países, que importam citrinos em fresco. Verificou-se também, que em Portugal tem havido uma afluência cada vez maior de produtos cítricos, e de seus substitutos, oriundos de diferentes origens e com qualidades muito distintas, quer do ponto de vista organoléptico, quer higiénico e de serviços, designadamente no que respeita a certificações e outras informações que os acompanham. Os citrinos do Algarve poderão defrontar-se, por isso, com uma concorrência crescente especialmente vinda da parte de Espanha, visto tratar-se do maior exportador de citrinos em fresco. Outras razões têm a ver com: a sua proximidade geográfica em relação a Portugal; a grande expansão que se tem verificado na citricultura espanhola; a coincidência que se verifica relativamente aos períodos de produção/comercialização; as variedades dominantes em ambos os países e a

melhor capacidade de resposta ao mercado. Esta última é devida, não só, à já conhecida melhor organização da produção para a comercialização dos citrinos, por parte de Espanha, como também, ao facto dos citrinos provenientes de Espanha apresentarem, em geral, melhor aspecto do que os do Algarve.

Na literatura consultada, a procura de estratégias competitivas baseadas na melhoria da capacidade de responder ao mercado, é uma questão constante e incontroversa.

Desta forma, as estratégias competitivas para a actividade citrícola algarvia deverão dar resposta aos desafios, devidos à globalização dos mercados, às consequentes alterações da procura, às preocupações com o ambiente, bem como às exigências dos consumidores, designadamente quanto às qualidades organolépticas e à segurança alimentar.

Foi feita a caracterização do sistema citrícola algarvio. A análise, ao nível do consumidor final nacional, permitiu perceber quais são os atributos de qualidade que estes valorizam mais quando adquirem citrinos. Se estes se apresentavam no mercado sem qualquer diferenciação, foram o aspecto exterior (conotado essencialmente com a ausência de manchas), a doçura e o preço os atributos a que os consumidores deram mais importância. De forma diferente, se os citrinos são referenciados como do Algarve, os consumidores atribuem-lhes reputação positiva, em relação aos de outras origens, por serem mais doces, terem mais sumo e serem mais saborosos que os concorrentes.

O estudo do subsistema de comercialização permitiu a compreensão da estrutura e do funcionamento dos diferentes canais de distribuição, designadamente em termos económicos, sociais, bem como de exigências de qualidade, que lhes estão associadas. Concluímos que, foram os Mercados Abastecedores e as Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies, os canais de distribuição, que apresentaram maior importância tanto em termos económicos como sociais. Refira-se no entanto, que eram os Mercados Abastecedores que tinham maior importância no escoamento dos citrinos do Algarve, 58% da produção, a qual era proveniente de 84% dos agentes que comercializavam estes citrinos. Relativamente aos atributos de qualidade, mais valorizados por estes dois canais, é de evidenciar que são de natureza e intensidade muito diferentes mas, de entre os 4 atributos de qualidade mais valorizados por ambos, surgem o aspecto exterior do fruto e a cor. Concluiu-se que os Mercados Abastecedores dão grande importância à qualidade organoléptica, pois 3 dos 4 atributos considerados mais importantes na vertente comercial (a cor, o teor de açúcar e o aspecto exterior) são desta natureza. Por outro lado, os 4 atributos de qualidade considerados de mais relevância por parte das Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies estão conotados, não só, com a qualidade organoléptica (o aspecto exterior e a cor) mas também com a qualidade de serviço (o transporte do produto) e com a qualidade higiénica e sanitária do produto (sem resíduos de pesticidas).

Procurou-se, posteriormente, obter conhecimento que permitisse comprovar, ou refutar, se algumas das técnicas e/ou das instituições do sistema citrícola algarvio dão resposta ao mercado, tendo em conta os condicionalismos existentes.

Constatou-se, que foram tomadas algumas medidas de política, tanto do ponto de vista técnico como institucional, a saber: implementou-se a Protecção Integrada nos citrinos; foi instituída a Indicação Geográfica Protegida (IGP - “Citrinos do Algarve”) e foi criado o Centro Tecnológico de Citricultura (CTC).

Evocando a teoria do “progresso técnico e institucional induzido” (Hayami e Ruttan, 1998), que serviu de quadro de referência ao presente trabalho, tentámos perceber se estas inovações técnicas e institucionais contribuíram para o desenvolvimento da citricultura algarvia. Aqueles autores consideram como condições necessárias para que haja desenvolvimento, que:

- a) As inovações técnicas e institucionais tenham, essencialmente, origem endógena ao sistema. Estas devem surgir como reacção às forças económicas e responder de forma dinâmica às alterações nas dotações de factores e às mudanças da procura.
- b) Para o sucesso do progresso técnico, é fundamental a existência de um sistema eficaz de trocas de informação sobre o mercado, estabelecido entre agricultores, centros tecnológicos, instituições públicas de investigação, empresas privadas de agro-indústrias, decisores políticos e administração.
- c) Se deve atribuir bastante importância às interacções recíprocas entre progressos técnicos e institucionais.
- d) Os progressos técnicos e institucionais devem ter subjacentes as características culturais específicas de cada sociedade.

- e) Devem existir sistemas de educação/formação e de investigação agrícola descentralizada e publicamente apoiados.
- f) Hajam mecanismos capazes de estimular os investigadores, a dar contribuições para soluções de problemas importantes para a sociedade.
- g) É fundamental que se saiba como uma sociedade afecta os seus meios às diferentes actividades no sector agrícola.
- h) As inovações institucionais tenham em consideração a estrutura de poder ou os grupos de interesses instalados numa sociedade, dado que, intervenções governamentais que induzam benefícios para alguns grupos de interesses, normalmente não contribuem para a criação de riqueza e acarretam custos que correspondem a perdas de eficiência de mercado, bem como a desperdício de recursos.

6.1 - Como se referiu, a nossa investigação analisou o sistema citrícola algarvio, a sua estrutura e funcionamento, bem como o que tem sido feito, com vista a perceber se algumas das inovações técnicas e institucionais de que este dispõe, foram concebidas tendo em atenção os princípios orientadores, acabados de enunciar. Retiraram-se, desta forma, algumas conclusões, que permitiram apresentar sugestões sobre o que deverá ser feito no futuro, com vista a ultrapassar alguns dos estrangulamentos ao desenvolvimento.

6.1.1 - Para o efeito, analisou-se a Protecção Integrada (PI) por se tratar de uma medida de política que apresentou um impacte significativo (20%) em termos de

área citrícola algarvia e por ser considerada, de acordo com as orientações da EU, uma técnica de futuro no âmbito fitossanitário.

Trata-se de um modo de produção em que o agricultor, para combater as pragas, doenças e infestantes, recorre de forma racional, sistemática e programada a meios de luta, designadamente biológicos, biotécnicos, genéticos, culturais e químicos, integrando-os, de maneira a encontrar soluções mais favoráveis do ponto de vista económico, ecológico e toxicológico, e reduzindo, desta forma, ao mínimo, a utilização da luta química (Amaro e Baggiolini, 1982).

Os agricultores, nomeadamente os citricultores algarvios, têm recebido apoio financeiro, através das Medidas Agro-ambientais, para incentivar a adopção da PI. Para o efeito, tiveram que cumprir uma série de normas definidas pelo Ministério da Agricultura do Desenvolvimento Rural e das Pescas, através da Direcção Geral de Protecção das Culturas (DGPC). De entre outros procedimentos a seguir, é de destacar que a implementação da PI impõe aos agricultores a obrigatoriedade de pertencerem a uma Organização de Agricultores, reconhecida pela DGPC para a prestação de serviços, nomeadamente apoio técnico no âmbito da PI. Obriga, igualmente, à utilização apenas de produtos químicos homologados para PI, pela DGPC. Necessariamente produtos que incluem apenas substâncias activas pouco tóxicas para o ambiente e para o homem (como utilizador e como consumidor).

A investigação levada a cabo permitiu concluir que:

a) O objectivo da PI tem sido combater pragas e doenças, com um mínimo de impacte para o ambiente, sem ter como intuito ultrapassar qualquer tipo de

estrangulamento imposto pelo mercado. Constatou-se que, para o reconhecimento das associações de agricultores como de PI, por parte da DGPC, era necessário que os seus programas contemplassem “a caracterização da cultura e sua protecção fitossanitária, devendo integrar a estratégia de luta relativamente a pragas, doenças e infestantes”. Estes factos levaram a inferir que, as entidades oficiais (DRAALG e DGPC), que decidem da aceitação destas associações com o estatuto de PI, não deram o devido relevo ao papel que as pragas podem desempenhar, como constrangimentos à valorização dos citrinos pelo mercado. O combate às pragas e doenças surge aqui, como um fim em si mesmo e não como um meio, que poderia contribuir para ultrapassar estrangulamentos ao mercado. A decisão para a aceitação destas associações, com tal estatuto, não tem tido em conta as exigências do mercado.

b) Referimos já, que um dos estrangulamentos ao mercado é o aspecto exterior dos citrinos, designadamente devido a manchas provocadas por tripes, ácaros e cochonilhas. Porém, relativamente à disponibilidade de meios técnicos, químicos e biológicos para conseguir um aspecto atraente da fruta, conclui-se que não existiam meios de luta eficazes para combater eficientemente alguns dos agentes fitossanitários que afectam, de forma marcante, com manchas, o aspecto exterior dos frutos. Não havia substâncias activas homologadas pela DGPC para um combate eficiente de tripes, nem meios biológicos eficazes para combater tanto os tripes, como os ácaros e as cochonilhas. Por essa razão, não era possível eliminar um dos principais factores, que contribui para a desvalorização dos citrinos no mercado.

Comprovou-se, também, que não foi por falta de financiamentos que não existiu investigação, no sentido de apetrechar a PI de meios técnicos para dar resposta ao mercado. Verificou-se que, no período de 2000 a 2006, foram gastos cerca de dois milhões e oitocentos mil euros em investigação desenvolvida regionalmente na área da citricultura, (no âmbito do INTERREG; do Programa AGRO; do Programa Operacional de Ciência, Tecnologia e Inovação, bem como do INOVALGAVE). No entanto, esta investigação não contemplou aspectos relacionados com os factores que mais influenciam a degradação do aspecto exterior dos frutos, designadamente os ácaros, as cochonilhas e os tripses, bem como as roçaduras dos ramos. De entre as diferentes razões que poderão esclarecer o facto acabado de referir, pensa-se que uma explicação plausível estará no alheamento existente por parte dos técnicos e dos investigadores relativamente a aspectos relevantes na comercialização dos citrinos. Com efeito, de acordo com Hayami e Ruttan (1998) “para o sucesso do progresso técnico é fundamental a existência de um sistema eficaz de trocas de informação sobre o mercado”. Porém, a maioria dos técnicos e dos investigadores exerce a sua actividade não tendo em consideração estes dados.

c) Este modo de produção em PI, nos citrinos do Algarve, tem apresentado aspectos positivos, nomeadamente pela utilização de uma luta química à base de um menor número de aplicações de tratamentos, bem como pela utilização de substâncias activas menos tóxicas (Rodrigues, 2000). Estes factos têm contribuído para melhorar o ambiente e as condições do aplicador do produto fitofarmacêutico e também para a salubridade dos frutos, devido à garantia de baixos níveis de

resíduos de pesticidas na produção e por eliminar a utilização de substâncias activas mais tóxicas. Pelo exposto, deveria ser útil para a saúde dos consumidores.

No entanto, este modo de produção nos citrinos do Algarve não teve impacte para o consumidor. Constatou-se que, dos 86 agentes de comercialização de citrinos existentes no Algarve, apenas um certificou citrinos com esta referência de qualidade, utilizando-a individualmente em cada fruto. Tratou-se de uma quantidade irrelevante (aproximadamente 400 toneladas) e aconteceu num único ano. Acrescente-se que, outros agentes se viram obrigados a ter a certificação dos citrinos que comercializaram, como produzidos em Protecção Integrada, para cumprir o caderno de encargos, que lhes era imposto por algumas das Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies. No entanto, estes citrinos não chegaram ao consumidor com esta diferenciação pois, quando da sua venda a retalho, não aparece qualquer tipo de referência aludindo a esse facto, o que valorizaria este produto relativamente ao não certificado, e consciencializaria o consumidor para a mais valia que lhe estava a ser proposta. Refira-se também, que nem o Ministério da Agricultura nem o Ministério da Saúde, têm feito campanhas com vista a informar e sensibilizar o público em geral sobre as vantagens do consumo da fruta produzida segundo as regras da PI, devido à segurança alimentar que lhe está agregada. Ora, os dados do INEM (CIAV, 2007) evidenciam uma média, de cinco a seis intoxicações diárias, em 2006 e 2007, devido a pesticidas, e estas aconteceram essencialmente (62%) devido a produtos muito tóxicos, cuja utilização não é permitida em PI. Fica, assim, evidente a importância que os produtos em PI poderiam ter para a saúde pública.

d) A distribuição de subsídios beneficiou essencialmente os agricultores/citricultores, remunerando-os pelo seu contributo para a preservação do ambiente. É de referir também que, em 6 anos, cerca de treze milhões de euros foram aplicados em subsídios para incentivar os agricultores à prática duma Protecção Integrada, que poderá ser entendida praticamente como Luta Química Dirigida, já que dispõe de insuficientes meios alternativos ou complementares à Luta Química (Amaro, 2003; Franco et al, 2005), designadamente meios biológicos para um combate eficiente aos ácaros, cochonilhas e tripses, como se constatou nesta investigação.

Enfim, esta PI não teve em conta o desenvolvimento da citricultura, pois deixou em aberto muito apetrechamento técnico necessário para que este modo de produção fosse transmitido e identificado pelo consumidor como uma mais valia. A PI ao disponibilizar ao consumidor, frutos com garantia de controlo de resíduos, contribuía para a valorização destes em comparação com os que não seguem a PI. Desta forma, representaria uma vantagem competitiva, tanto ao nível do consumo como da produção, pois contribuiria para a sua preferência quando da procura.

Ficou evidente, que:

1 - A Protecção Integrada foi concebida de forma exógena. O Ministério da Agricultura designadamente, a DGPC e a DRAALG, quando tiveram que proceder ao reconhecimento das associações de agricultores, que lhes proporcionam o respectivo apoio técnico, não valorizaram a importância que as pragas e doenças podem desempenhar como estrangulamento ao mercado;

2 – A DGPC, como Organismo Oficial que homologa os produtos, que são permitidos utilizar na prática da PI, não teve em atenção as exigências da procura e as condições prevaletentes ao nível da produção, designadamente falta de produtos homologados para o combate aos tripses;

3 – Houve financiamentos, no âmbito de determinadas políticas públicas, quer para a implementação da PI, quer para investigação. No entanto, as Instituições Públicas de Investigação não deram a devida atenção às técnicas, que poderiam contribuir para uma melhoria do aspecto exterior dos citrinos, valorizando, desta forma, este produto no mercado.

Assim, é de concluir que esta Protecção Integrada não explorou as possibilidades de desenvolvimento futuro que esta técnica poderia ter trazido para o sector.

6.1.2 - Analisou-se a IGP - “Citrinos do Algarve”, por se tratar de um instrumento de diferenciação dos citrinos desta região, por isso, com bastante interesse para a valorização dos mesmos num ambiente em que a concorrência é crescente. Sabe-se, que uma diferenciação deste tipo deve estar conotada com a notoriedade e reputação positiva dos produtos da região, com as restrições sócio-técnicas da produção, bem como com os condicionalismos edafoclimáticos da região em causa. É de acrescentar, que um produto que beneficie de uma Indicação Geográfica Protegida (IGP) deve satisfazer as condições que constam do respectivo caderno de especificações, e que qualquer IGP deve ser considerada como um trunfo importante para o desenvolvimento.

Assim, no que respeitou à IGP - “Citrinos do Algarve”, conclui-se que esta foi um insucesso, não tendo funcionado como uma vantagem para o desenvolvimento da citricultura algarvia. As quantidades comercializadas anualmente, com esta referência de qualidade (entre 1996 e 2007) apresentaram valores irrisórios, cerca de 1% da produção de citrinos do Algarve e o número de agentes que a utilizaram foi reduzido. Realce-se que, no ano em que se verificou maior afluência de agentes à utilização da IGP – “Citrinos do Algarve”(2002/2003), estes corresponderam apenas a 12 dos 86 agentes que operavam no Algarve. A maioria da produção com esta IGP foi comercializada por OP e destinou-se essencialmente a Centrais de Compras de Grandes e Médias Superfícies. Das centrais fruteiras que pediram autorização de uso, apenas 4 não eram OP. Porém, esta investigação permitiu concluir que a produção de citrinos do Algarve destinada ao consumo em fresco, era comercializada essencialmente (70%) por Intermediários Grossistas e que a comercialização por OP não ia além dos 21%. Constatou-se, que esta IGP não atribuiu a devida importância aos Intermediários Grossistas.

Compreende-se o insucesso da IGP-“Citrinos do Algarve, pelo confronto dos itens do seu caderno de especificações com os resultados desta investigação sobre a realidade do sistema citrícola algarvio, na medida em que:

a) As regras a que os agentes de comercialização têm de obedecer, concretamente no que respeita ao mês de Setembro de cada ano, como o período em que o pedido para autorização de uso desta IGP deve ser efectuado, bem como os requisitos exigidos para a sua autorização, nomeadamente os que se relacionam com a

verificação das condições de produção, a localização e o estado geral dos pomares não tiveram em conta a forma como os diferentes tipos de agentes de comercialização adquirem os citrinos que comercializam. Em Setembro, a maior parte dos agentes, especialmente os intermediários grossistas, não estarão em condições de informar sobre as quantidades de citrinos que irão comercializar no ano agrícola que se inicia, bem como o estado dos respectivos pomares de origem e a sua localização. Só os agentes que comercializam a sua própria produção (Produtores e Intermediários Grossistas c/ produção própria), a dos seus associados (OP), ou os que recorrendo a contratos de “arrendamento” já os tenham celebrado nesta data, estão em condições de cumprir estes requisitos. Por esta razão, logo à partida, fica excluída de poder utilizar esta IGP, uma quantidade significativa da produção do Algarve (44%), que se constatou ser adquirida ao longo do ano à porta do armazém (aos agricultores ou a ajuntadores) e nas explorações (fruta na árvore ou já colhida), pelo que é de concluir, que a concepção desta IGP excluiu uma parte significativa da produção dos citrinos do Algarve.

b) As especificações relacionadas com o “aspecto exterior”, particularmente quanto a manchas derivadas de tripes e de roçaduras de ramos, não admitindo frutos com mais de 4 cicatrizes, nem a presença destas em mais de 10% dos frutos de cada embalagem, são normas muito exigentes que evidenciam não terem sido tomados em conta os constrangimentos técnicos, nomeadamente, falta de produtos homologados para combater os tripes, e orientações técnicas adequadas para diminuir as roçaduras dos ramos, que, em parte, se devem às condições climáticas da região.

c) Ainda sobre as exigências relativas ao “aspecto exterior” dos “Citritos do Algarve”, é de realçar, que o estudo de mercado levado a cabo, a nível nacional, permitiu concluir que os consumidores inquiridos baseiam a reputação positiva dos citrinos do Algarve, relativamente aos citrinos de outras proveniências, no facto destes serem mais doces, terem mais sumo e melhor sabor e não se referiram ao aspecto.

d) No que respeitou aos requisitos exigidos ao nível das centrais de preparação e de acondicionamento, releve-se que, apesar de uma percentagem significativa de agentes ter investido na modernização e adaptação às normas ambientais, higio-sanitárias e de segurança no trabalho, a maioria dos Produtores e Intermediários Grossistas não cumpre os requisitos exigidos pela IGP. Mais uma vez, as especificações desta IGP não tiveram em consideração os condicionalismos da oferta, designadamente ao nível das centrais. Verificou-se que, apenas 25% dos agentes cumpriam os requisitos exigidos pela IGP e nestes incluíam-se, somente 13% dos Intermediários Grossistas, 28% dos Produtores, mas das Organizações de Produtores estavam incluídas 83%. Relembre-se a diminuta importância da OP na comercialização dos citrinos do Algarve para consumo em fresco, que não vai além dos 21%. Efectivamente, o caderno de especificações não diferencia imposições racionais e exequíveis pela maioria dos agentes, (especialmente as relativas à rastreabilidade do produto, à garantia sanitária dos citrinos, bem como à defesa do ambiente) de exigências desadequadas das condições reais e concretas do sistema citrícola algarvio.

Desta forma, pode concluir-se que, quando da concepção desta inovação institucional, a IGP- “Citritos do Algarve”, não foi relativizada a importância do aspecto exterior dos citrinos como exigência do mercado, nem foram tidos em consideração os constrangimentos com que a citricultura do Algarve se depara, nomeadamente falta de produtos homologados para o combate aos trips nem de técnicas culturais para evitar as roçaduras dos ramos. Do ponto de vista social, esta IGP não deu a devida atenção à estrutura e ao funcionamento do subsistema de comercialização dos citrinos no Algarve. Não teve em consideração as formas de aquisição dos citrinos do Algarve pelos diferentes agentes, a importância que estes agentes detêm relativamente à sua comercialização, bem como os canais de distribuição mais utilizados. Enfim, esta inovação institucional, quando da sua concepção, alheou-se da situação concreta que pretendia valorizar. Contudo, como se sabe, quando se entra num processo de valorização de recursos é indispensável considerar a disponibilidade de meios materiais e humanos, o contexto cultural e o nível de desenvolvimento técnico e institucional. Sem isto, surge o risco de não se obter viabilidade económica e/ou política (Hayami e Ruttan, 1998).

6.1.3 - Analisou-se, também, o Centro Tecnológico de Citricultura, por se tratar de uma instituição que tinha como objectivo principal promover o desenvolvimento do sector citrícola, através da oferta de técnicas que permitissem a melhoria da competitividade das empresas, do desenvolvimento de projectos de investigação que levassem à valorização da produção, da divulgação de informação técnica e científica que permitisse um desempenho mais competente das empresas, bem como, através de formação/informação dos recursos humanos da fileira.

O Centro Tecnológico de Citricultura foi criado em Dezembro de 1999 e congregou cerca de 50 associados. Refira-se que, de entre estes, as Instituições da Administração Central, Regional e Local detinham 69% do capital social (designadamente, o INIA, 26%; a DRAALG, 26%; a RTA, 1,5%; sete das 16 Câmaras Municipais do Algarve, 14%; e a Universidade do Algarve, 1,5%). Nos restantes associados integravam-se todas as Organizações de Produtores (11) existentes no Algarve, 6 Intermediários Grossistas e 3 citricultores em nome individual, além de Uniões e Confederações de Empresários do Algarve, bem como 4 associações de prestação de serviços (a AFSA, a APICITRO e duas Associações de Regantes) e empresas ligadas à comercialização e transformação dos citrinos.

Porém, a ausência de garantia de suporte financeiro, devido a não se ter conseguido chegar a acordo quanto às quotizações por parte dos associados, remeteu este Centro Tecnológico para um desempenho pouco condizente com as expectativas de um programa de actividades, que evidenciava grande importância para a citricultura. Desta forma, este CTC só sobreviveu enquanto gastou (em despesas fixas e variáveis, bem como nas participações próprias dos projectos), o dinheiro relativo ao capital social, e aos subsídios recebidos aquando da sua instalação e pelo desenvolvimento de alguns projectos de investigação. Assim, este CTC acabou por terminar a sua actividade em Abril de 2004, por falta de verbas para pagar as despesas de funcionamento.

Ficou patente que a concepção deste Centro esteve errada:

a) Não é possível assegurar o funcionamento de um Centro deste tipo com base em quotizações. Pensa-se que a comparticipação de fundos públicos para garantir o funcionamento de instituições deste género é fundamental para ultrapassar alguns dos constrangimentos com que a citricultura se tem vindo a deparar. Com efeito, pelos conceitos subjacentes ao modelo de desenvolvimento, que se tem vindo a invocar, é sabido, que o desenvolvimento de sistemas de educação e de investigação agrícola descentralizados e apoiados publicamente contribuem, de forma decisiva, para o sucesso das inovações tecnológicas. Por outro lado, verifica-se a necessidade de apoios públicos, para a implementação de sistemas de investigação e de transferência de tecnologia agrícola pelo facto das informações ou inovações resultantes deste tipo de investigação, especialmente na área biológica, terem características de bem público.

b) A análise da componente societária deste CTC, permitiu concluir, também, que a concepção desta instituição foi exógena ao sistema citrícola algarvio, pois não contemplou os diferentes interesses existentes na região, nem teve em consideração as suas características culturais. Destaca-se a fraca participação, tanto de citricultores como de Intermediários Grossistas neste Centro Tecnológico. Contudo, ficou claro na investigação que se levou a cabo, que os Intermediários Grossistas eram os agentes que apresentavam maior importância, quer do ponto de vista económico (comercializando 70% da produção de citrinos do Algarve para consumo em fresco) como social (representando 56% do número total de agentes).

Em suma, como se acabou de expor, a concepção deste CTC esteve errada, pois não garantiu através de financiamento público o seu funcionamento, nem integrou grande parte dos agentes económicos com interesse na sua actividade, nomeadamente agricultores e Intermediários Grossistas.

* * *

Concluiu-se, assim, que as inovações técnicas e institucionais analisadas foram adoptadas de forma exógena. O estudo da Protecção Integrada nos citrinos do Algarve, da IGP-Citrinos do Algarve e do Centro Tecnológico de Citricultura deixou bem evidente que não tiveram em conta os condicionalismos concretos com que a citricultura algarvia se debate, nomeadamente problemas relacionados com uma afectação eficiente de financiamentos públicos à investigação, divulgação e promoção de determinadas técnicas com interesse para os consumidores, com a não existência de substâncias activas homologadas, e falta de capacidade para dar resposta às exigências do mercado, especialmente no que respeita ao aspecto exterior da fruta.

A Protecção Integrada foi concebida sem ter o intuito de ser útil aos consumidores, não tendo explorado as possibilidades de desenvolvimento futuro que esta técnica poderia ter trazido para o sector;

A IGP-“Citrinos do Algarve foi projectada sem ter em devida conta os atributos de qualidade, que conferem reputação positiva aos citrinos do Algarve relativamente aos de outras origens, e sem considerar os constrangimentos técnicos, sociais e climáticos inerentes à citricultura desta região.

No que se refere ao Centro Tecnológico de Citricultura, o Estado não relevou a necessidade de garantir uma parcela significativa do financiamento para o funcionamento de uma Instituição deste tipo, donde se compreende a sua vida tão curta. Este CTC, através das trocas de informação sobre o mercado com os agricultores/empresários estaria em condições de transmitir os constrangimentos detectados ao nível de técnicas, às instituições de investigação públicas e/ou privadas estimulando, desta forma o sucesso dos progressos técnicos.

Em suma, a conclusão que podemos tirar é que, a maneira de pensar de quem decidiu, dos técnicos e dos responsáveis políticos, não teve em conta os condicionalismos com que a citricultura se debate, originando as referidas inovações técnicas e institucionais como construções à margem desta realidade. Considera-se, por isso, ser importante a mudança de paradigma de desenvolvimento.

6.2 – Referimos ao longo deste trabalho que a concepção das técnicas e das instituições tem de ter em conta os condicionalismos reais e concretos com que os agricultores se defrontam na sua actividade. Recordando a *Teoria do progresso técnico e institucional induzido*, estes aspectos são os mais relevantes e, se não forem considerados, dificilmente haverá desenvolvimento. É aconselhável, por isso, que as estratégias para o futuro, quer inovações técnicas, quer institucionais, quer medidas de política, sejam pensadas tendo como referência este quadro conceptual.

Terminaremos este trabalho, com a apresentação, a título meramente exemplificativo, de alternativas com vista à reformulação da IGP e renascimento do Centro Tecnológico de Citricultura, tendo evidentemente como [referencial](#) a Teoria da Inovação Técnica e Institucional de Hayami e Ruttan, que orientou esta investigação.

Assim, e no que respeita à IGP - “Citrinos do Algarve”, para que esta integre a maioria da produção e das centrais fruteiras, aquando da análise dos atributos de qualidade mais valorizados pelos principais canais de distribuição dos citrinos do Algarve (os Mercados Abastecedores e as Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies), ficou demonstrado que aqueles apresentam níveis distintos de exigências quanto ao aspecto exterior dos citrinos. Os Mercados Abastecedores, que são os que escoam a maior quantidade de fruta (58%), dão menos relevância ao aspecto exterior dos citrinos do que as Centrais de Compras das Grandes e Médias Superfícies e mais importância à quantidade de sumo e à doçura, atributos que, de certa forma, se adequam melhor ao “estado actual” dos citrinos do Algarve. Desta forma, esta IGP deveria integrar dois tipos de diferenciação, com níveis distintos de exigências, consoante o canal de distribuição a utilizar pelos diferentes tipos de agentes. Note-se, que este caderno de especificações deverá ser construído com o consenso dos agentes económicos do sector, pois, como é sabido, uma Indicação Geográfica deve resultar de um processo de construção colectiva, que envolva produtores, comerciantes, distribuidores, associações de consumidores e a administração pública como entidade reguladora. Num sistema agro-alimentar todos os actores são interdependentes e devem coordenar as suas acções em relação a um produto que,

apesar de protegido, está sujeito às evoluções da tecnologia e da distribuição (Fragata, 2003). Assim, a construção desta qualidade específica deve ser um processo que dê origem a decisões colectivas, em que os constrangimentos impostos sejam pertinentes e possam ser controláveis pela maioria dos actores. Como se sabe, introduzir uma possibilidade de diferenciação no interior duma convenção comum de qualidade, tomando em consideração os tipos de mercados, permite integrar a diversidade de interesses e solidarizar actores.

No que se refere ao Centro Tecnológico de Citricultura, e tendo presente os seus objectivos, designadamente no que respeita a difusão de informação técnica e científica, bem como os resultados da investigação aplicada, pensamos que o “renascimento” deste poderia funcionar como motor de estratégias competitivas para a citricultura do Algarve. Porém, esse Centro Tecnológico deveria ter subjacente uma diferente filosofia de financiamento. Deveria contar com uma comparticipação significativa por parte do Estado e com uma participação activa dos agricultores. Como é do conhecimento, as tecnologias agrícolas, especialmente as biológicas, têm características de “não exclusão” e de “não rivalidade”, pelo que, para impedir enviesamentos na investigação destas, é defensável que actividades deste tipo sejam suportadas por apoios públicos. O funcionamento/financiamento deste Centro, deveria reger-se por protocolos plurianuais bem definidos, em cuja elaboração seria desejável um consenso alargado dos diferentes agentes da fileira.

*

*

*

Entende-se que as estratégias para o futuro terão que passar, inevitavelmente, por uma racionalização de recursos e o Estado deve assumir uma função reguladora neste sistema citrícola, para que este se possa apetrechar de meios técnicos e institucionais adequados para dar resposta ao mercado em tempo útil. Porém, as técnicas e as instituições deverão ser desenvolvidas de forma endógena ao sistema citrícola, e tendo em conta os condicionalismos existentes.

Espera-se, convictamente, que este trabalho possa contribuir para uma compreensão actualizada do sector, com vista a uma eventual definição de políticas, alertando os decisores para erros de estratégia, como os cometidos num passado recente, designadamente no que respeita à Protecção Integrada dos Citrinos, à Indicação Geográfica Protegida, “Citrinos do Algarve” e ao Centro Tecnológico de Citricultura.

ANEXOS

Elementos que fundamentam, comprovam ou ilustram argumentos apresentados no texto, não produzidos pelo autor.

ANEXO A:

Dados de Portugal / Algarve

Quadro A.1-Culturas Permanentes por principais grupos de culturas no Algarve – área e número de explorações - 1989 /1999

CULTURAS PERMANENTES	1989				1999			
	Área ha	%	N.º Explorações	%	Área ha	%	N.º Explorações	%
Frutos frescos s/ citrinos	6217	0%	10728	48%	3791	7%	8425	49%
Citrinos	14783	25%	11785	53%	15124	27%	9964	57%
F.sub-tropicais	126	0%	200	1%	217	0%	294	2%
F.secos	26609	44%	14406	64%	25258	45%	11702	67%
Olival	7689	13%	11397	51%	8791	16%	11084	64%
Vinha	4441	7%	4564	20%	2991	5%	4208	24%
Outras cult perm.	16	0%	13	0%	138	0%	2	0%
TOTAL	59888	100%	22349	100%	56310	100%	17348	100%

Fonte: INE, RGA 1989 e RGA1999.

Quadro A.2 - Peso do valor dos citrinos do Algarve relativamente ao total do valor da produção agrícola e vegetal do Algarve

Peso do valor dos citrinos do Alg. em relação ao total da	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Produção Agrícola do Algarve	31%	32%	33%	34%	36%	26%
Produção Vegetal do Algarve	38%	40%	40%	40%	42%	30%

Fonte: INE, CEA, publicação de 2003

Quadro A.3. - Peso do valor dos citrinos, da alfarroba e da amêndoa relativamente ao do Produto Final Agrícola no Algarve

	1995	1996	1997	1998	1999
Produção Final Algarve	39.372	39.635	41.567	40.839	44.061
Citrinos	12.091	12.462	13.604	13.918	16.840
Alfarroba	3.184	2.613	2.189	1.841	1.839
Amêndoa	826	676	1.298	213	267
Frutos Secos	4.248	3.477	4.068	2.763	2.643

Fonte:INE, CEA, publicação de 2003

Quadro A.4. - Evolução da área de Citrinos no Algarve, por concelho - 1989/1999

Concelhos do Algarve	1989		1999		Evolução 1989 /1999	
	Nº de Explorações	Área de Citrinos	Nº de Explorações	Área de Citrinos	Nº de Explorações	Área de Citrinos
Albufeira	636	627	545	813	-91	186
Alcoutim	50	33	142	63	92	30
Aljezur	133	24	111	23	-22	-1
Castro Marim	250	235	421	149	171	-86
Faro	1.098	1.468	934	1.661	-164	193
Lagoa	262	440	241	341	-21	-99
Lagos	422	228	423	132	1	-96
Loulé	2.107	1.880	1.681	1.744	-426	-135
Monchique	688	534	486	182	-202	-352
Olhão	1.027	1.190	830	1.415	-197	225
Portimão	544	519	435	427	-109	-92
São Brás de Alportel	420	111	227	144	-193	33
Silves	2.512	4.913	2.108	5.902	-404	988
Tavira	1.423	2.369	1.195	1.969	-228	-400
Vila do Bispo	34	2	15	12	-19	10
Vila Real de Santo António	179	210	170	147	-9	-63
Total Algarve	11.785	14.789	9.964	15.124	-1.821	335

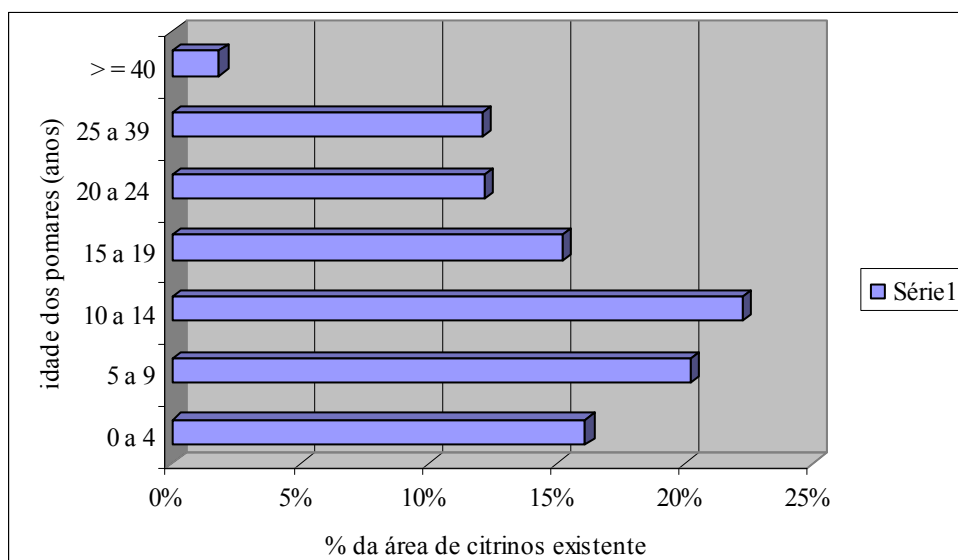
Fonte:INE, RGA 1989 e RGA 1999

Quadro A.5. – Áreas e idades dos pomares de citrinos no Algarve

Região Agrária Algarve	classes de idade (anos) / hectares							
	Total	0 a 4	5 a 9	10 a 14	15 a 19	20 a 24	25 a 39	> = 40
	12096	1950	2445	2690	1844	1475	1467	225

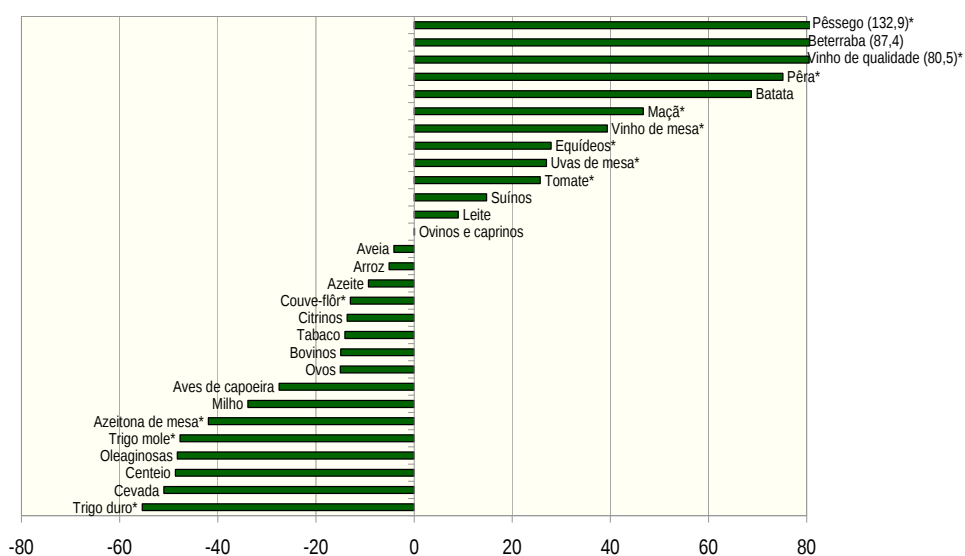
Fonte:INE, IPAF, 2002

Figura A.1 – Classes de idade dos Pomares de Citrinos no Algarve / % da área existente



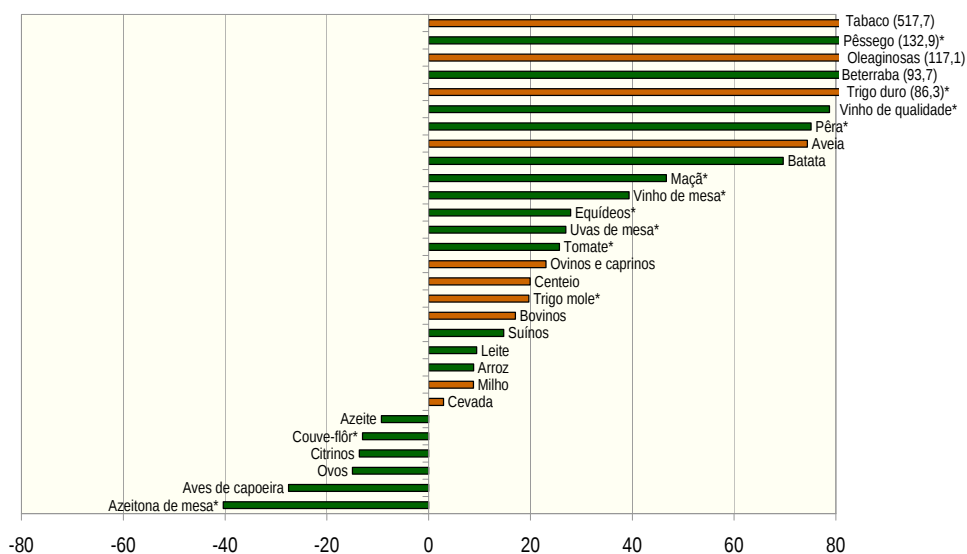
Fonte: INE, IPAF, 2002

Figura A.2 - Taxa de Variação dos Preços de Mercado - Triénio 1998-2000 face a 1988-1990



Fonte:INE; para 1988-1990 CEA (base 1986), para 1998-2000 CEA (base 1995), in *Panorama Agricultura 2000*.

Figura A.3 - Taxa de Variação dos Preços de Base¹³⁷ - Triénio 1998-2000 face a 1988-1990¹³⁸



Fonte: INE; para 1988-1990 CEA (base 1986), para 1998-2000 CEA (base 1995), in *Panorama Agricultura 2000*. – ver nota metodológica em rodapé.

Quadro A.6 – Índices de preços de citrinos, no produtor

	(índice base 1995=100)					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Citrinos	118	72,6	135,6	82,9	86,5	93,6
Laranjas: Conj. de variedades	115,6	70,8	138,5	78,7	81	92,1
Tanjerinas: Conj. de variedades	129,3	77,1	128,6	100,3	102	98
Limão: Conj. de variedades	112	86,9	113	81,6	118,9	102,8

Fonte: INE

¹³⁷ Preço de base de um dado bem = (preço recebido pelo produtor pela venda do bem em causa) + (subsídios ligados à produção desse bem pagos directamente ao produtor) – (impostos sobre a produção desse bem excepto o IVA e os impostos sobre a importação).

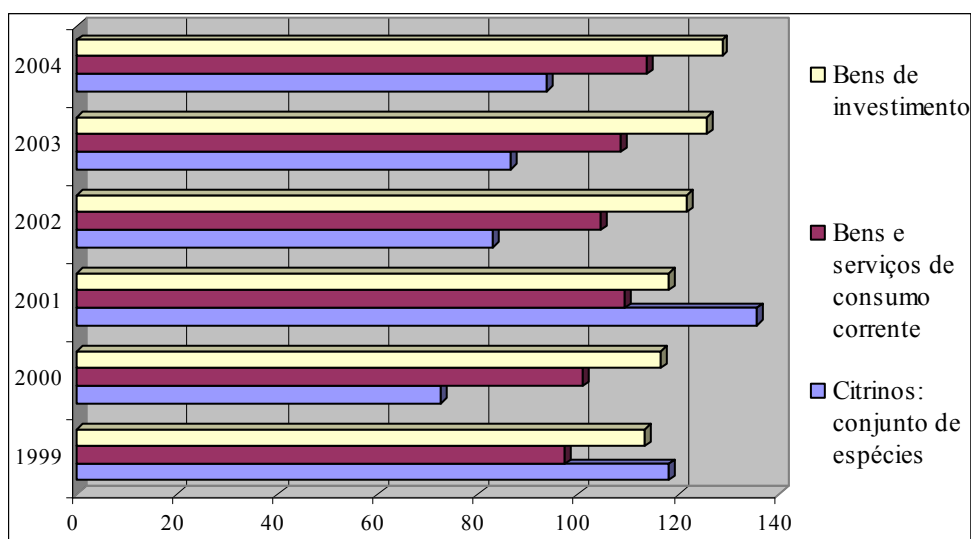
¹³⁸ Para o triénio 1988-90 assumiu-se que o preço de base era semelhante ao preço de mercado. Dado que, até à reforma da PAC de 1992 grande parte do apoio aos agricultores, actualmente concedido sob a forma de pagamentos compensatórios/ajudas directas, existia sob a forma de suporte aos preços de mercado, pelo que é razoável admitir um certo grau de correspondência entre o actual conceito de preço base e o conceito de preço de mercado de então.

Quadro A.7 - Índice de preços de bens e serviços de consumos correntes e de bens de investimento na agricultura

	(índice base 1995=100)					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Bens e serv. Consumo corrente	97,3	100,8	109,2	104,4	108,5	113,9
Bens de investimento	113,3	116,7	118,2	121,8	125,7	128,7

Fonte: INE

Figura A.4 – Índices de preços de citrinos à produção e de factores de produção (base 1995=100)



Fonte: INE

Quadro A.8 – Distribuição da área citrícola nacional pelas diferentes regiões agrárias (evolução 1992 / 2002)

Unidade:ares

Região Agrária	Total citrinos		Acréscimo 2002-1992	
	1992	2002	Valor	%
CONTINENTE + AÇORES	1.637.681	1.565.292	-72.389	-4%
NORTE	91.183	52.759	-38.424	-42%
Entre Douro e Minho	63.982	17.978	-46.004	-72%
Trás-os-Montes	27.200	34.781	7.581	28%
CENTRO	55.983	38.553	-17.430	-31%
Beira Litoral	35.728	22.958	-12.770	-36%
Beira Interior	20.256	15.595	-4.661	-23%
LISBOA E VALE DO TEJO	244.626	137.434	-107.192	-44%
ALENTEJO	169.934	126.950	-42.984	-25%
ALGARVE	1.040.039	1.209.596	169.557	16%

Fonte: INE, IPAF 1992 e 2002.

Quadro A.9 – Distribuição da área citrícola nacional por grupos de variedades e regiões agrárias

Unidade:ares

Região Agrária	Pequenos Citrinos	%	Laranjeiras	%	Limoeiros	%	Total Citrinos	% por Total Continente	% por Continente e Açores
Continente	382.538	24%	1.147.809	73%	34.945	2%	1.565.292	100%	99%
Norte	9.369	18%	40.452	77%	2.938	6%	52.759	3%	3%
Entre Douro e Minho	3.007	17%	12.066	67%	2.905	16%	17.978	1%	1%
Trás-os-Montes	6.363	18%	28.386	82%	33	0%	34.781	2%	2%
Centro	5.472	14%	29.210	76%	3.871	10%	38.553	2%	2%
Beira Litoral	2.261	10%	19.602	85%	1.095	5%	22.958	1%	1%
Beira Interior	3.211	21%	9.609	62%	2.776	18%	15.595	1%	1%
Lisboa e Vale do Tejo	17.786	13%	106.074	77%	13.574	10%	137.434	9%	9%
Alentejo	14.500	11%	110.437	87%	2.012	2%	126.950	8%	8%
Algarve	335.411	28%	861.636	71%	12.550	1%	1.209.596	77%	77%
Açores	3.574	24%	10.618	71%	805	5%	14.998	1%	1%
Total Continente e Açores	386.112	24%	1.158.427	73%	35.750	2%	1.580.290	-	100%

Fonte: INE, IPAF 2002

Quadro A.10 – Evolução da área de citrinos no Algarve por grupo de variedades (1989/90 a 2005/06)

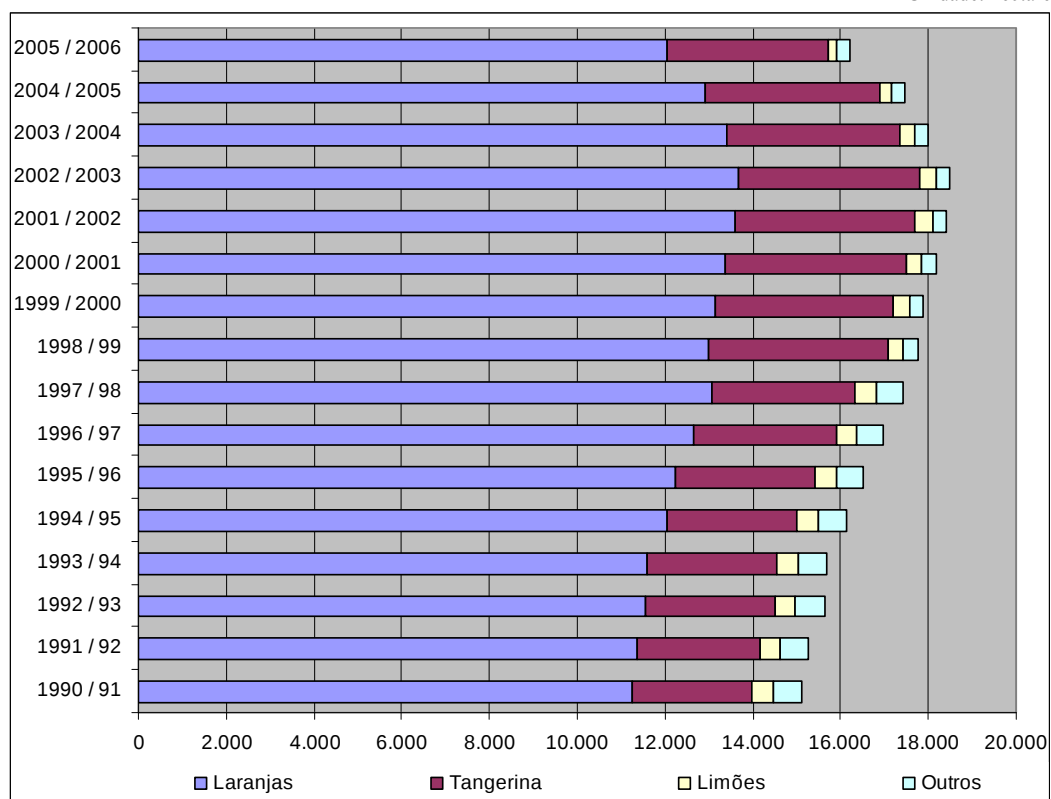
Unidade: hectares

	Laranjas	Tangerina	Limões	Outros	Total(ha)
1989/90	11.028	2.683	453	644	14.808
1990/91	11.258	2.734	460	655	15.108
1991/92	11.370	2.781	464	657	15.273
1992/93	11.572	2.930	467	658	15.627
1993/94	11.605	2.954	467	658	15.683
1994/95	12.031	2.977	467	658	16.132
1995/96	12.231	3.204	466	626	16.527
1996/97	12.633	3.270	476	602	16.981
1997/98	13.063	3.278	477	601	17.419
1998/99	13.000	4.072	370	309	17.751
1999/00	13.127	4.086	370	309	17.892
2000/01	13.385	4.097	371	316	18.169
2001/02	13.596	4.107	389	316	18.408
2002/03	13.672	4.118	389	307	18.486
2003/04	13.398	3.956	338	307	17.999
2004/05	12.929	3.973	246	307	17.455
2005/06	12.061	3.651	204	307	16.223

Fonte: DRAALG, Divisão de Estatística; "Quadro de Produção Vegetal".

Figura A.5 – Evolução da área de citrinos no Algarve (por grupos de variedades/ha) - 1989/90 a 2005/2006

Unidade: hectares



Fonte: DRAALG, Divisão de Estatística; "Quadro de Produção Vegetal"

Quadro A.11 – Evolução da produção de citrinos no Algarve por espécies (ton) - 1989/90 a 2002/03, Quadro de Produção Vegetal

Unidade: hectares

Grupos	Laranjas	Tangerina	Outros	Total
1989/90	220.564	40.251	13.231	274.046
1990/91	202.644	27.341	13.458	243.443
1991/92	181.921	25.032	12.181	219.134
1992/93	224.551	29.303	12.974	266.827
1993/94	207.259	29.541	13.578	250.377
1994/95	231.331	29.767	13.578	274.676
1995/96	164.283	32.040	11.618	207.940
1996/97	159.378	32.700	13.162	205.240
1997/98	196.257	32.776	12.074	241.107
1998/99	121.201	40.720	6.790	168.711
1999/00	167.028	36.365	8.127	211.521
2000/01	139.418	40.970	8.211	188.599
2001/02	197.740	49.284	9.044	256.068
2002/03	199.743	53.787	10.437	263.967
2003/04	143.991	54.156	9.625	207.772
2004/05	161.065	53.828	6.747	221.640
2005/06	167.468	53.820	8.339	229.627

Fonte: DRAALG, Divisão de Estatística; "Quadro de Produção Vegetal"

Quadro A.12 – Exportações / Importações de citrinos realizadas por Portugal

Unidade: toneladas

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Exportações	763	202	2.288	403	460	810	6.145	6.014	3.675	856	1.003	1.959	1.401	2.223	1.168
Importações	11.984	8.031	33.986	26.952	22.380	23.900	32.592	27.007	30.729	36.577	44.234	59.078	48.120	62.981	28.966

Fonte: INE (DEIS)

Quadro A.13 – Importações de citrinos Portugal / origem das importações por continentes

Unidade: toneladas

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Europa	6.450	6.213	14.050	12.268	16.655	23.302	21.106	15.525	21.282	33.176	38.560	50.369	46.735	4.859	24.264
África	4.714	1.707	11.505	9.707	3.569		1.176			944	2.621	3.668	640	1.251	956
América	821	111	8.432	4.977	2.157	598	10.311	11.482	9.448	2.457	3.053	5.041	745	2.093	3.746
Ásia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oceânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Mundo	11.984	8.031	33.986	26.952	22.380	23.900	32.592	27.007	30.729	36.577	44.234	59.078	48.120	8.203	28.966

Fonte: INE (DEIS)

Quadro A.14 – Desagregação das importações de citrinos pelos principais países de origem

Unidade: toneladas

	1998	1999	2000	2001	2002
França	197	419	2.445	254	49
Holanda	618	886	1.298	2.539	776
Alemanha	755		1.810	2.066	1.745
Espanha	36.349	48.881	40.670	45.333	21.694
Bélgica	640	182	513		
Marrocos	2.006	2.287		1.251	
África do Sul	615	1.381	640		956
Brasil	1.773	2.361	745	9.445	3.243
Uruguai		578		2.093	503
Argentina	1.280	2.103			

Fonte: INE (DEIS)

Quadro A.15 – Exportações de citrinos realizadas por Portugal / destinos por continentes

Unidade: toneladas

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Europa	462	38	2.039	173	364	574	5.918	5.707	3.187	383	627	1.354	498	1.758	525
África	277	128	248	230	96	237	226	307	488	473	376	605	904	465	618
América	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25
Ásia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Oceânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Total Mundo	763	202	2.288	403	460	810	6.145	6.014	3.675	856	1.003	1.959	1.401	2.223	1.168

Fonte: INE (DEIS)

Quadro A.16 – Desagregação das exportações de citrinos pelos principais países de destino

Unidade: toneladas

	1998	1999	2000	2001	2002
Espanha	627	1.354	498	1.758	525
Mauritânia	55		45	16	
Cabo Verde	306	598	778	437	568
S. Tomé		316	6		
Angola	15	7	72	13	49
Canadá					25

Fonte: INE (DEIS)

Quadro A.17 – Evolução das importações de frutas por Portugal

Unidade: toneladas

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
África	6.494	10.883	6.933	7.721	6.708	7.789	8.604	2.800	7.474	9.853
América	122.925	136.077	146.195	165.571	131.398	137.454	123.687	153.690	219.941	196.102
Ásia	4.808	3.679	3.554	4.061	3.176	2.501	2.066	4.785	260	3.238
Europa	173.575	187.934	181.709	213.632	225.650	304.456	323.146	331.230	334.091	267.935
Oceânia	292	165	115	4.244	104	2.678	185	183	186	199
Total Mundo	308.093	338.738	338.507	395.228	367.035	454.877	457.688	492.688	561.952	477.328

Fonte: INE (DEIS)

ANEXO B:

Citrinos a nível mundial

Quadro B.1. - Produção Mundial de Citrinos

Unidade: milhares de toneladas.

Países Produtores	Média 70/71 78/79	Média 80/81 88/89	Média 90/91 98/99	2000/01	Acréscimo 1970 2000
Mundo	47.133,3	57.774,6	81.120,8	89.706,5	90%
Hemisfério Norte	35.164,2	40.721,6	57.406,6	64.733,6	84%
EUA	12.427,3	11.168,3	13.432,5	14.846,0	19%
Região Mediterrânea	11.560,8	14.216,8	17.383,9	17.818,2	54%
Grécia	665,9	884,2	1.166,5	1.229,1	85%
Itália	2.687,7	3.102,1	3.151,5	3.011,2	12%
Espanha	2.681,1	3.471,6	5.031,0	5.400,7	101%
Israel	1.574,2	1.407,8	900,7	630,0	-60%
Argélia	506,2	297,2	352,2	469,8	-7%
Marrocos	825,8	1.093,5	1.287,7	965,0	17%
Tunísia	145,5	237,5	250,4	323,1	122%
Egipto	909,7	1.410,8	2.208,4	2.508,2	176%
Chipre	229,8	303,7	285,6	192,9	-16%
Líbano	315,4	348,6	374,2	316,5	0%
Turquia	806,6	1.204,6	1.613,1	1.901,5	136%
Outros	212,9	451,2	762,6	870,2	309%
Portugal	155,1	141,8	247,7	286,1	84%
Japão	3.730,8	3.241,4	1.880,2	1.504,0	-60%
Costa Rica	66,1	78,6	195,9	436,7	561%
Honduras	39,7	77,2	114,1	164,2	314%
México	1.901,0	2.480,0	4.420,0	6.142,5	223%
Cuba	184,4	675,9	707,8	883,8	379%
Irão	300,1	794,1	2.369,9	2.953,9	884%
China	656,0	1.709,1	9.200,7	9.200,7	1303%
Índia	1.721,4	1.894,2	3.301,2	4.310,0	150%
Paquistão	592,1	1.326,7	1.842,9	1.833,5	210%
Indonésia	163,4	480,8	520,6	691,4	323%
República da Coreia	44,7	313,6	583,0	563,0	1160%
Outros	1.621,3	2.143,1	3.077,5	3.099,5	91%
Hemisfério Sul	11.969,1	17.053,0	23.714,2	24.972,8	109%
Argentina	1.440,4	1.467,9	2.056,4	2.808,0	95%
Brasil	7.392,1	11.671,1	16.906,6	16.884,9	128%
Chile	107,8	141,0	208,3	233,0	116%
Colômbia	140,7	278,2	352,0	237,6	69%
Equador	399,1	323,4	145,8	185,3	-54%
Paraguai	270,6	478,2	295,1	298,3	10%
Perú	294,4	296,1	543,5	651,7	121%
Uruguai	76,9	150,5	271,4	342,5	345%
Venezuela	259,1	390,3	495,8	465,6	80%
Austrália	426,4	538,1	642,3	564,1	32%
África do Sul	598,6	708,1	1.047,2	1.526,5	155%
Outros	563,0	610,1	749,8	775,3	38%

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2006.

Quadro B.2. - Produção de Citrinos – 2001/2005

Unidade: milhares de toneladas.

Países Produtores	2000 / 2001	2001 / 2002	2002 / 2003	2003 / 2004	2004 / 2005	Produção Média 2001 / 2005	Ordenação por país produtor
Mundo	89.707	98.358	94.084	100.852	94.793	95.559	
Hemisfério Norte	64.734	69.371	68.510	71.437	67.565	68.323	
EUA	14.846	14.800	13.731	14.781	10.499	13.732	2.º
Região Mediterrânea	17.818	19.131	18.538	18.243	19.547	18.655	
Grécia	1.229	1.261	1.378	1.100	861	1.166	
Itália	3.011	3.016	2.763	2.757	3.321	2.974	8.º
Espanha	5.401	5.751	5.944	6.232	6.181	5.902	5.º
Israel	630	513	516	482	640	556	
Argélia	470	515	542	543	543	523	
Marrocos	965	1.154	1.293	1.108	1.321	1.168	
Tunísia	323	323	289	274	308	303	
Egito	2.508	2.900	2.481	2.318	2.706	2.583	10.º
Chipre	193	199	194	189	179	191	
Líbano	317	289	364	329	339	328	
Turquia	1.902	2.390	1.955	2.093	2.317	2.131	
Outros	870	821	819	818	831	832	
Portugal	286	291	356	362	336	326	
Japão	1.504	1.633	1.433	1.425	1.341	1.467	
Costa Rica	437	367	367	367	367	381	
Honduras	164	262	278	293	309	261	
México	6.143	6.357	6.080	6.583	6.910	6.415	4.º
Cuba	884	487	722	435	216	549	
Irão	2.954	2.956	2.977	3.037	3.037	2.992	7.º
China	9.201	12.027	12.466	13.884	15.228	12.561	3.º
Índia	4.310	4.700	4.632	4.662	4.662	4.593	6.º
Paquistão	1.834	1.705	1.764	1.674	505	1.496	
Indonésia	691	968	1.530	2.071	1.312	1.314	
República da Coreia	563	651	690	630	594	626	
Outros	3.100	3.036	2.947	2.987	2.705	2.955	
Hemisfério Sul	24.973	28.986	25.574	29.415	27.228	27.235	
Argentina	2.808	2.566	2.465	2.550	2.670	2.612	9.º
Brasil	16.885	20.674	17.735	21.391	18.903	19.117	1.º
Chile	233	270	285	305	312	281	
Colômbia	238	298	300	306	330	294	
Equador	185	219	246	260	305	243	
Paraguai	298	291	248	280	290	281	
Perú	652	724	762	761	754	730	
Uruguai	343	236	244	242	242	261	
Venezuela	466	351	342	384	379	384	
Austrália	564	766	557	597	716	640	
África do Sul	1.527	1.816	1.586	1.560	1.543	1.606	
Outros	775	775	777	780	784	778	

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2006.

Quadro B.3. – Evolução da produção mundial de citrinos nos últimos anos

Unidade: milhares de toneladas.

Países Produtores	Ordenação por país produtor	Evolução 1970/2000	Evolução 1980/2000	Evolução 2000/2005
Mundo		90%	55%	6%
Hemisfério Norte		84%	59%	4%
EUA	2.º	19%	33%	-29%
Região mediterrânea		54%	25%	10%
Grécia		85%	39%	-30%
Itália	8.º	12%	-3%	10%
<i>Espanha</i>	5.º	101%	56%	14%
Israel		-60%	-55%	2%
Argélia		-7%	58%	16%
Marrocos		17%	-12%	37%
Tunísia		122%	36%	-5%
Egipto	10.º	176%	78%	8%
Chipre		-16%	-36%	-7%
Líbano		0%	-9%	7%
Turquia		136%	58%	22%
Outros		309%	93%	-4%
Portugal		84%	102%	17%
Japão		-60%	-54%	-11%
Costa Rica		561%	456%	-16%
Honduras		314%	113%	88%
México	5.º	223%	148%	12%
Cuba		379%	31%	-76%
Irão	7.º	884%	272%	3%
China	3.º	1303%	438%	66%
Índia	6.º	150%	128%	8%
Paquistão		210%	38%	-72%
Indonésia		323%	44%	90%
Rep. Coreia		1160%	80%	6%
Outros		91%	45%	-13%
Hemisfério Sul		109%	46%	9%
Argentina	9.º	95%	91%	-5%
Brasil	1.º	128%	45%	12%
Chile		116%	65%	34%
Colômbia		69%	-15%	39%
Equador		-54%	-43%	65%
Paraguai		10%	-38%	-3%
Perú		121%	120%	16%
Uruguai		345%	128%	-29%
Venezuela		80%	19%	-19%
Austrália		32%	5%	27%
África do Sul		155%	116%	1%
Outros		38%	27%	1%

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2006.

Quadro B.4: Produção Mundial de Citrinos pelos diferentes grupos varietais – produção média de 2000 a 2005 – valores absolutos

Unidade: milhares de toneladas

Países Produtores	Total	Laranjas	Tangerinas	Limões	Toranjas
Mundial	95.559	61.808	16.986	11.252	5.512
Hemisfério Norte	68.323	40.356	14.875	8.276	4.818
EUA	13.732	10.658	422	814	1.839
Região Mediterrânea	18.655	10.905	4.459	2.710	582
Espanha	5.902	2.903	2.027	940	32
Itália	2.974	1.853	572	542	6
Grécia	1.166	994	72	91	9
Israel	556	164	88	40	252
Argélia	523	372	111	38	
Marrocos	1.168	746	401	17	4
Tunísia	303	174	34	24	71
Chipre	191	88	44	21	30
Egipto	2.583	1.758	554	268	3
Libano	328	185	43	87	
Turquia	2.131	1.091	411	502	127
Portugal	326	250	57	12	
China	12.561	3.886	7.027		1.497
México	6.415	3.968	361	1.752	333
Índia	4.593	3.050		1.404	139
Irão	2.992	1.890		1.066	
Hemisfério Sul	27.235	21.453	2.113	2.976	674
Brasil	19.117	16.818	1.247	986	80
Argentina	2.612	783	429	1.227	172
África do Sul	1.606	1.151		167	288

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2006.

Quadro B.5: Produção Mundial de Citrinos pelos diferentes grupos varietais – produção média de 2000 a 2005 – valores percentuais

Unidade: milhares de toneladas e percentagens.

Países Produtores	Total	Laranjas	Tangerinas	Limões	Toranjas
Mundial	95.559	65%	18%	12%	6%
Hemisfério Norte	68.323	59%	22%	12%	7%
EUA	13.732	78%	3%	6%	13%
Região Mediterrânica	18.655	58%	24%	15%	3%
Espanha	5.902	49%	34%	16%	1%
Itália	2.974	62%	19%	18%	0%
Grécia	1.166	85%	6%	8%	1%
Israel	556	30%	16%	7%	45%
Argélia	523	71%	21%	7%	0%
Marrocos	1.168	64%	34%	1%	0%
Tunísia	303	57%	11%	8%	23%
Chipre	191	46%	23%	11%	16%
Egipto	2.583	68%	21%	10%	0%
Libano	328	56%	13%	26%	0%
Turquia	2.131	51%	19%	24%	6%
Portugal	326	77%	18%	4%	0%
China	12.561	31%	56%	0%	12%
México	6.415	62%	6%	27%	5%
Índia	4.593	66%	0%	31%	3%
Irão	2.992	63%	0%	36%	0%
Hemisfério Sul	27.235	79%	8%	11%	2%
Brasil	19.117	88%	7%	5%	0%
Argentina	2.612	30%	16%	47%	7%
África do Sul	1.606	72%	0%	10%	18%

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2006.

Quadro B.6: - Produção de Citrinos Destinada à Indústria.

Unidade: milhares de toneladas e percentagens.

	Produção Total	Citrinos para indústria	
Mundial	95.559	29.221	31%
Hemisfério Norte	68.323	14.853	22%
EUA	13.732	9.989	73%
Zona Mediterrânica	18.655	3.090	17%
Espanha	5.902	920	16%
Itália	2.974	920	31%
Grécia	1.166	299	26%
Israel	556	261	47%
Marrocos	1.168	28	2%
Tunísia	303		0%
Chipre	191	41	21%
Egipto	2.583	103	4%
Libano	328		0%
Turquia	2.131	160	8%
Portugal	326		0%
Japão	1.467	139	
China	12.561	391	3%
México	6.415	718	11%
Índia	4.593		0%
Irão	2.992		0%
Hemisfério Sul	27.235	14.371	53%
Brasil	19.117	12.523	66%
Argentina	2.612	1.141	44%
África do Sul	1.606	411	26%

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2006.

Quadro B.7: - Produção Mundial de Citrinos e Exportações de Citrinos em Fresco (período 2000/2005).

	Produção Total	Exportações de Citrinos em Fresco	
Mundial	95.559	10.528	11%
Hemisfério Norte	68.323	8.544	13%
EUA	13.732	1.055	8%
Zona Mediterrânea	18.655	5.802	31%
Espanha	5.902	3.199	54%
Itália	2.974	179	6%
Grécia	1.166	335	29%
Israel	556	149	27%
Argélia	523		0%
Marrocos	1.168	447	38%
Tunísia	303	20	7%
Chipre	191	102	54%
Egipto	2.583	408	16%
Libano	328		0%
Turquia	2.131	710	33%
Portugal	326		0%
China	12.561	264	2%
México	6.415	282	4%
Índia	4.593		0%
Irão	2.992		0%
Hemisfério Sul	27.235	1.984	7%
Brasil	19.117	120	1%
Argentina	2.612	502	19%
África do Sul	1.606	982	61%

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2006.

Quadro B.8:- Importações Mundiais, de Citrinos para Consumo em Fresco, pelos Principais Países

Unidade: milhares de toneladas

	Média 1970/79	Média 1980/89	Média 1990/99	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05
Mundo	6.249	6.834	8.489	8.937	9.358	10.049	10.453	10.636
Hemisfério Norte	6.220	6.805	8.430	8.866	9.308	9.966	10.385	10.564
Canada	354	391	385	381	409	423	419	442
EUA	49	57	205	414	320	439	450	503
Zona Mediterrânea	1.409	1.433	1.322	1.193	1.312	1.383	1.461	1.343
França	1.009	1.147	1.078	895	973	1.020	1.056	925
Jugoslávia (2)	125	79	124	166	187	174	187	202
Croácia			27	41	40	43	41	
Macedônia			17	13	18	18	19	19
Eslovênia			32	36	34	37	44	55
Áustria	131	137	143	123	127	127	143	135
Belgica/Luxemburgo	232	254	403	332	360	386	361	396
Dinamarca	56	54	57	73	78	80	79	70
Finlândia	82	83	81	70	70	70	72	65
Alemanha	1.060	978	1.119	1.023	1.064	1.190	1.198	1.227
Irlanda	27	38	40	35	43	42	38	36
Holanda	392	499	699	611	619	692	695	693
Suécia	122	123	130	117	136	139	154	137
Reino Unido	557	604	649	677	717	735	806	814
Noruega	70	60	59	61	64	65	68	62
Suiça	133	132	133	127	122	126	125	124
Bulgária (2)	23	49	50	46	45	47	46	52
Checoslováquia (2)	140	152						
República Checa (2)			107	133	137	142	259	164
Eslováquia (2)			46	58	58	56	51	53
Hungria (2)	65	57	80	98	97	105	98	87
Polónia (2)	150	84	291	400	396	360	367	377
Roménia (2)	64	58	76	91	101	109	118	
União Soviética (2)	410	488						
Rússia (Países que constituíam a União Soviética (2))			623	777	960	1.057	1.137	1.349
Bielorrússia			24	24	36	30	38	47
Lituânia			17	34	40	46	39	44
Federação Russa			459	562	701	780	853	953
Japão	240	403	494	490	465	483	498	412
Arábia Saudita (2)	82	233	317	276	355	427	403	454
China	0	16	48	102	89	92	84	93
Hong Kong (2)	138	164	257	261	277	274	228	212
República da Coreia	1	7	24	102	103	150	164	129
Malásia (2)	12	30	82	126	128	132	132	150
Singapura (2)	45	47	79	72	74	77	71	73
Outros	296	307	576	720	710	686	805	1.047
Hemisfério Sul	30	29	59	71	50	83	68	72
Austrália	0	9	12	12	12	22	18	18
Nova Zelândia	17	15	15	14	12	17	16	18
África do Sul	5	1	1	6		6	8	10
Outros								

Nota: (2) dados relativos ao ano civil; Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2006.

Quadro B.9: - Consumo Total de Citrinos Transformados

Unidade: milhares de toneladas

	Média 1982-84	Média 1992-94	1995	Previsão 2005
Mundo	19.100	24.928	27.548	33.537
PAÍSES em DESENVOLVIMENTO	1.561	1.008	1.075	4.374
África	143	192	223	301
Norte de África	143	192	223	301
Argélia	33	22	22	31
Egipto	87	111	133	185
Marrocos	24	59	68	85
América Latina e Caraíbas	631	509	575	1.781
América Central e Caraíbas	349	404	422	720
México	274	381	402	683
América do Sul	282	106	153	1.061
Brasil	138	71	102	547
Ásia	787	306	277	2.292
China	-	-	-	1.815
Médio Oriente Asiático	787	215	204	280
Chipre	36	40	38	34
Arábia Saudita	621	108	97	153
Turquia	122	68	69	93
Este e Sudeste Asiático	-	91	73	198
Singapura	-	76	56	70
PAÍSES DESENVOLVIDOS	17.539	23.921	26.473	29.162
Países Industrializados	17.501	23.825	26.344	28.819
América do Norte	10.380	12.303	13.526	14.658
Canadá	614	1.182	1.345	1.496
Estados Unidos	9.766	11.122	12.181	13.162
Europa Ocidental	6.194	10.561	11.892	12.891
Comunidade Europeia	5.839	10.116	11.431	12.383
Outros Países da Europa Ocidental	355	444	461	507
Noruega	69	160	161	202
Suíça	286	285	300	305
Oceania Desenvolvida	415	319	243	395
Austrália	410	306	225	367
Nova Zelandia	5	13	18	28
Outros	512	643	683	875
Israel	126	96	117	133
Japão	269	358	367	460
África do Sul	116	189	200	282
ECONOMIAS em TRANSIÇÃO	37	96	130	343
Europa Oriental	37	96	130	213
Hungria	8	15	16	25
Polónia	-	10	32	55
Anterior Jugoslávia	30	47	65	75
Área da anterior União Soviética	-	-	-	130

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2002

Quadro B.10: - Taxa de Crescimento do Consumo de Citrinos Transformados

Unidade: percentagens.

	1982-84 > 1992-94	1992-94 > 2005
Mundo	2,7	2,5
PAÍSES em DESENVOLVIMENTO	-4,3	13,0
África	3,0	3,8
Norte de África	3,0	3,8
Argélia	-3,9	3,0
Egipto	2,5	4,4
Marrocos	9,5	3,1
América Latina e Caraíbas	-2,1	11,0
América Central e Caraíbas	1,5	4,9
México	3,3	5,0
América do Sul	-9,3	21,2
Brasil	-6,5	18,6
Ásia	-9,0	18,3
China	-	-
Médio Oriente Asiático	-12,2	2,2
Chipre	1,0	-1,3
Arábia Saudita	-16,1	3,0
Turquia	-5,7	2,6
Este e Sudeste Asiático	-	6,6
Singapura	-	-0,7
PAÍSES DESENVOLVIDOS	3,2	1,7
Países Industrializados	3,1	1,6
América do Norte	1,7	1,5
Canadá	6,8	2,0
Estados Unidos	1,3	1,4
Europa Ocidental	5,5	1,7
Comunidade Europeia	5,6	1,7
Outros Países da Europa Ocidental	2,3	1,1
Noruega	8,8	2,0
Suíça	0,0	0,6
Oceania Desenvolvida	-2,6	1,8
Austrália	-2,9	1,5
Nova Zelandia	10,3	6,8
Outros	2,3	2,6
Israel	-2,6	2,7
Japão	2,9	2,1
África do Sul	5,0	3,4
ECONOMIAS em TRANSIÇÃO	9,8	11,2
Europa Oriental	9,8	6,9
Hungria	7,0	4,2
Polónia	-	15,5
Anterior Jugoslávia	4,7	4,0
Área da anterior União Soviética	-	-

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2002.

Quadro B.11: - Consumo *per capita* de Citrinos Transformados

Unidade: quilogramas por ano

	Média 1982-84	Média 1992-94	1995	Previsão 2005
Mundo	4,3	4,8	5,2	5,6
PAÍSES em DESENVOLVIMENTO	0,5	0,3	0,3	0,9
África	0,5	0,5	0,5	0,6
Norte de África	1,4	1,5	1,7	1,9
Argélia	1,6	0,8	0,8	0,9
Egípto	1,8	1,9	2,1	2,5
Marrocos	1,1	2,3	2,6	2,7
América Latina e Caraíbas	1,7	1,1	1,2	3,2
América Central e Caraíbas	2,8	2,7	2,7	3,9
México	3,8	4,3	4,4	6,4
América do Sul	1,1	0,3	0,5	2,9
Brasil	1,1	0,5	0,6	3,0
Ásia	0,3	0,1	0,1	0,6
China	-	-	-	0,0
Médio Oriente Asiático	4,9	1,0	0,9	1,0
Chipre	56,6	55,0	51,3	40,7
Arábia Saudita	54,6	6,2	5,3	6,1
Turquia	2,6	1,1	1,1	1,3
Este e Sudeste Asiático	-	0,2	0,2	0,4
Singapura	0,0	23,7	17,0	18,5
PAÍSES DESENVOLVIDOS	14,7	18,8	20,6	21,9
Países Industrializados	21,8	27,6	30,1	31,4
América do Norte	39,5	42,3	45,6	45,8
Canadá	24,2	41,0	45,8	47,0
Estados Unidos	41,2	42,4	45,6	45,7
Europa Ocidental	16,8	27,7	31,0	33,1
Comunidade Europeia	16,3	27,4	30,7	32,9
Outros Países da Europa Ocidental	31,9	37,2	38,0	39,9
Noruega	16,6	37,1	37,1	45,3
Suíça	44,5	40,5	41,9	40,3
Oceania Desenvolvida	22,6	15,2	11,3	16,6
Austrália	27,0	17,5	12,6	18,5
Nova Zelandia	1,5	3,7	4,9	7,1
Outros	3,3	3,8	4,0	4,7
Israel	30,8	18,6	21,1	20,2
Japão	2,3	2,9	2,9	3,6
África do Sul	3,7	4,8	4,8	5,5
ECONOMIAS em TRANSIÇÃO	0,1	0,2	0,3	0,8
Europa Oriental	0,3	0,8	1,1	1,8
Hungria	0,7	1,5	1,6	2,6
Polónia	-	0,3	0,8	1,4
Anterior Jugoslávia	1,4	2,1	2,9	3,2
Área da anterior União Soviética	-	-	-	0,4

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2002.

Quadro B.12: - Consumo Total de Citrinos em fresco

Unidade: milhares de toneladas

	Média 1982-84	Média 1992-94	1995	Previsão 2005
Mundo	4,3	4,8	5,2	5,6
PAÍSES em DESENVOLVIMENTO	0,5	0,3	0,3	0,9
África	0,5	0,5	0,5	0,6
Norte de África	1,4	1,5	1,7	1,9
Argélia	1,6	0,8	0,8	0,9
Egipto	1,8	1,9	2,1	2,5
Marrocos	1,1	2,3	2,6	2,7
América Latina e Caraíbas	1,7	1,1	1,2	3,2
América Central e Caraíbas	2,8	2,7	2,7	3,9
México	3,8	4,3	4,4	6,4
América do Sul	1,1	0,3	0,5	2,9
Brasil	1,1	0,5	0,6	3,0
Ásia	0,3	0,1	0,1	0,6
China	-	-	-	0,0
Médio Oriente Asiático	4,9	1,0	0,9	1,0
Chipre	56,6	55,0	51,3	40,7
Arábia Saudita	54,6	6,2	5,3	6,1
Turquia	2,6	1,1	1,1	1,3
Este e Sudeste Asiático	-	0,2	0,2	0,4
Singapura	0,0	23,7	17,0	18,5
PAÍSES DESENVOLVIDOS	14,7	18,8	20,6	21,9
Países Industrializados	21,8	27,6	30,1	31,4
América do Norte	39,5	42,3	45,6	45,8
Canadá	24,2	41,0	45,8	47,0
Estados Unidos	41,2	42,4	45,6	45,7
Europa Ocidental	16,8	27,7	31,0	33,1
Comunidade Europeia	16,3	27,4	30,7	32,9
Outros Países da Europa Ocidental	31,9	37,2	38,0	39,9
Noruega	16,6	37,1	37,1	45,3
Suiça	44,5	40,5	41,9	40,3
Oceania Desenvolvida	22,6	15,2	11,3	16,6
Austrália	27,0	17,5	12,6	18,5
Nova Zelandia	1,5	3,7	4,9	7,1
Outros	3,3	3,8	4,0	4,7
Israel	30,8	18,6	21,1	20,2
Japão	2,3	2,9	2,9	3,6
África do Sul	3,7	4,8	4,8	5,5
ECONOMIAS em TRANSIÇÃO	0,1	0,2	0,3	0,8
Europa Oriental	0,3	0,8	1,1	1,8
Hungria	0,7	1,5	1,6	2,6
Polónia	-	0,3	0,8	1,4
Anterior Jugoslávia	1,4	2,1	2,9	3,2
Área da anterior União Soviética	-	-	-	0,4

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2002

Quadro B.13: - Taxa de Crescimento do Consumo de Citrinos em Fresco

Unidade: porcentagens.

	1982-84 > 1992-94	1992-94 > 2005
Mundo	3,4	2,5
PAÍSES em DESENVOLVIMENTO	5,6	2,9
África	3,7	2,6
Norte de África	4,3	2,8
Argélia	0,1	1,7
Egipto	4,4	3,0
Marrocos	8,3	3,0
Tunísia	3,6	2,1
África Sub-Saariana	2,0	1,9
Madagascar	2,9	1,2
Zaire	1,3	1,5
América Latina e Caraíbas	3,1	2,0
América Central e Caraíbas	5,2	2,1
Cuba	13,5	-2,0
Guatemala	3,0	0,6
Jamaica	8,8	1,7
México	4,8	3,2
América do Sul	2,1	1,9
Argentina	0,6	2,7
Brasil	3,1	1,5
Paraguai	0,3	0,7
Peru	7,6	3,3
Venezuela	2,3	2,2
Ásia	8,2	3,6
China	19,7	5,5
Médio Oriente Asiático	7,1	2,4
República Islâmica do Irão	14,8	1,6
Iraque	5,5	2,1
Jordânia	4,0	4,3
Líbano	6,6	1,0
Arábia Saudita	1,4	3,0
Síria	4,3	3,4
Turquia	2,6	3,6
Este e Sudeste Asiático	4,4	2,2
Indonésia	-2,6	-1,5
República da Coreia	8,3	0,9
Tailândia	8,0	3,1
Sul da Ásia	3,9	2,5
Índia	4,4	2,6
Paquistão	3,4	2,4
PAÍSES DESENVOLVIDOS	0,2	1,6
Países Industrializados	0,1	1,2
América do Norte	0,1	2,0
Canadá	-0,5	1,1
Estados Unidos	0,2	2,1
Europa Ocidental	1,2	1,1
Comunidade Económica	1,3	1,1
Outros Países da Europa Ocidental	-2,1	1,4
Oceania Desenvolvida	1,8	2,3
Austrália	2,1	2,2
Outros	-2,8	0,4
Israel	-0,2	2,5
Japão	-3,2	-0,1
África do Sul	1,1	4,0
ECONOMIAS em TRANSIÇÃO	0,3	4,6
Europa Oriental	4,1	5,2
Anterior Checoslováquia	1,5	-
República Checa	-	-
Eslováquia	-	-
Polónia	18,1	4,9
Anterior Jugoslávia	0,4	1,8
Área da anterior União Soviética	-2,8	3,8

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2002

Quadro B.14: - Consumo per capita de Citrinos em Fresco

Unidade: quilogramas por ano

	Média 1982-84	Média 1992-94	1995	Previsão 2005
Mundo	7,5	9,0	9,1	10,4
PAÍSES em DESENVOLVIMENTO	5,6	8,0	8,3	9,4
África	7,5	8,2	8,5	8,3
Norte de África	16,6	19,8	21,2	21,7
Argélia	11,6	9,0	8,8	8,4
Egipto	20,8	25,3	28,0	29,1
Marrocos	10,3	18,5	20,3	21,5
Tunisia	17,4	20,0	18,9	20,9
África Sub-Saariana	3,1	2,8	2,7	2,6
Madagascar	7,1	6,7	6,2	5,4
Zaire	18,2	15,1	14,8	14,0
América Latina e Caraíbas	21,3	24,0	24,0	25,3
América Central e Caraíbas	19,5	26,7	27,6	28,0
Cuba	13,1	42,4	26,0	31,8
Guatemala	12,0	12,1	11,5	9,3
Jamaica	23,9	51,5	53,8	56,6
México	22,5	29,7	32,8	36,1
América do Sul	22,2	22,7	22,2	24,0
Argentina	28,5	26,2	30,1	31,1
Brasil	23,4	26,7	24,5	27,4
Paraguai	102,4	78,4	56,4	62,9
Peru	10,6	18,1	22,0	21,7
Venezuela	19,2	18,8	17,8	19,3
Ásia	3,1	5,6	5,8	7,2
China	0,9	4,8	5,2	8,2
Médio Oriente Asiático	14,1	20,8	21,7	20,4
República Islâmica do Irão	11,2	30,9	32,2	28,0
Iraque	13,9	17,6	17,6	16,3
Jordânia	24,4	25,6	23,8	28,2
Líbano	66,4	119,4	77,4	107,4
Arábia Saudita	24,1	18,1	13,3	17,6
Síria	19,0	20,7	23,4	23,0
Turquia	16,3	17,0	22,6	21,9
Este e Sudeste Asiático	3,8	4,9	5,0	5,4
Indonésia	2,7	1,8	1,1	1,2
República da Coreia	7,2	14,4	12,3	14,5
Tailândia	5,8	10,7	12,9	14,1
Sul da Ásia	3,2	3,8	3,9	4,2
Índia	2,3	3,0	3,1	3,3
Paquistão	13,1	13,4	13,3	13,0
PAÍSES DESENVOLVIDOS	12,6	12,0	11,6	13,8
Países Industrializados	17,0	16,1	15,3	17,5
América do Norte	11,7	10,7	11,4	12,3
Canadá	16,3	13,6	13,2	14,0
Estados Unidos	11,2	10,4	11,2	12,1
Europa Ocidental	19,3	21,1	19,2	23,7
Comunidade Económica	19,4	21,4	19,4	24,0
Outros Países da Europa Ocidental	18,5	13,9	13,8	15,4
Oceania Desenvolvida	10,9	11,4	11,8	13,1
Austrália	10,6	11,3	11,5	12,9
Outros	21,2	14,6	14,0	14,0
Israel	49,9	38,6	42,9	41,2
Japão	24,8	17,2	16,2	16,7
África do Sul	3,6	3,2	3,4	3,9
Economias em transição	3,4	3,3	3,6	5,6
Europa Oriental	4,2	6,1	7,3	11,3
Anterior Checoslováquia	9,3	10,6	-	-
República Checa	-	-	10,3	18,0
Eslóviaquia	-	-	10,3	15,6
Polónia	1,3	6,5	9,2	11,4
Anterior Jugoslávia	4,1	4,2	4,0	4,9
Área da anterior União Soviética	3,0	2,1	2,1	3,3

Fonte: FAO, Estatísticas Mundiais 2002

ANEXO C:

Modos de produção de citrinos, no Algarve, tendo em conta o ambiente

A Luta Química Cega (LQC), é caracterizada pela utilização indiscriminada dos pesticidas, de acordo com esquemas de tratamento rígidos, definidos previamente. Na tomada de decisão têm influência predominante os técnicos das empresas de pesticidas ou os responsáveis locais de vendas destes produtos. Este tipo de luta recorre, com frequência, a preocupações de maior eficácia e também de natureza económica (mais baratos) e toxicológica. Segundo Amaro (2003) a designação “cega” traduzia a ausência de outras preocupações, nomeadamente de natureza ecológica. O predomínio, em Portugal, da luta química cega levou à designação de “Luta Química Tradicional” que neste trabalho referimos como produção “convencional”.

A Luta Química Aconselhada (LQA), é um modo de produção que tem por objectivo apoiar a utilização racional dos produtos fitofarmacêuticos. Na selecção dos pesticidas a utilizar são ponderadas exigências de natureza ecológica, a par das de índole económica (proporcionadas por um menor número de tratamentos comparativamente com a Luta Química “Cega”). Este modo de produção é praticado por quem segue as orientações do Serviço Nacional de Avisos Agrícolas (SNAA), independentemente de ter ou não aderido à medida LQA. O Governo através de subsídios, incentiva os agricultores a aderirem ao Serviço Nacional de Avisos Agrícolas, de modo a limitar o uso dos fitofármacos aos períodos de maior risco. O impacto desta medida ao nível do Algarve, tem sido insignificante. Até ao final de 2002 aderiram a este tipo de práticas 13 explorações com citrinos, a que lhes correspondiam cerca de 100 ha.

Quadro C.1: Luta Química Aconselhada em Citrinos no Algarve

Unidade:hectares

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Área (ha)	42	70	-	-	98	98	-	10	20	-

Fonte: DRAALG e IFAP

A Protecção Integrada (PI) pretende utilizar um conjunto de métodos, designadamente meios químicos, biológicos, biotécnicos ou genéticos, que satisfaçam as exigências económicas, ecológicas e toxicológicas, e dando carácter prioritário às acções que fomentem a limitação natural dos inimigos das culturas e o respeito pelo níveis económicos de ataque (Amaro e Baggiolini, 1982)

Quadro C.2: Protecção Integrada de Citrinos no Algarve

Unidade:hectares

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
nº de Associações	1	3	4	5	5	8	8	7	7	7
Área (ha)	147	378	1614	1614	2171	3598	3838	3713	3455	3220
nº de Beneficiários	11	45	166	163	208	300	318	321	311	297

Fonte: DRAALG

A Agricultura Biológica (AB), tenta compatibilizar as actividades agrícolas e pecuárias com a preservação do meio ambiente, contribuindo para a melhoria da fertilidade dos solos e para o desenvolvimento de uma agricultura sustentável, reduzindo a aplicação de nutrientes potencialmente lexiviáveis, melhorando a diversidade cultural, bem como melhorando a eficiência de utilização dos recursos naturais da exploração. O seu impacte ao nível dos citrinos no Algarve, foi insignificante, tendo atingido em finais de 2002, uma área que ronda os 70ha.

Quadro C.3: Agricultura Biológica de Citrinos no Algarve

Unidade:hectares

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Área (ha)	-	-	-	70 a)	-	101 a)	62 b)	225 b)	283 b)	358 b)

Nota: a) Dados disponibilizados pela DRAALG, referem-se a fruticultura de regadio. Segundo esta fonte no final de 2002 existiam 67.38 ha de citrinos em Agricultura Biológica; b) Dados disponibilizados pelo IFAP(2007) incluem toda a fruticultura.

Fonte: DRAALG e IFAP.

A Produção Integrada (PRODI) conjuga a Protecção Integrada com a adopção de uma correcta utilização de outras fitotecnias, em especial da fertilização, das regas e das podas. É de referir que, até finais de 2002, nenhum citricultor algarvio beneficiou deste tipo de medida.

Quadro C.4: Produção Integrada em Citrinos no Algarve

Unidade:hectares

	2003	2004	2005	2006
nº de Associações	1	1	4	4
Área (ha)	76	123	122	290
nº de Beneficiários	10	16	17	19

Fonte: DRAALG e IFAP

Quadro C.5: Subsídios aos agricultores algarvios para incentivar a Protecção e Produção Integrada.

Unidade: milhares de euros por ano

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Protecção Integrada	5.634	1.415	1.258	2.643	1.059	947
Produção Integrada	596	8	200	396	58	82

Fonte: DRAALG e IFAP

ANEXO D:

Investigação, Experimentação e Divulgação, levada a cabo por Instituições regionais

D.1: Folhetos e desdobráveis, sobre citrinos, divulgados pela Direcção Regional de Agricultura do Algarve

A Mineira-dos-citrinos *Phyllocnistis Citrella* Stainton, 1856 (Lepidoptera-Phyllocnistidae) - José Passos Carvalho, Celestino Soares e J. Entrudo Fernandes (2000);

A Mosca-do-Mediterrâneo (*Ceratitis capitata* Wied.), Aspectos Práticos para o seu combate - Celestino Soares, Nídia Ramos e J. Entrudo Fernandes (2000);

A Protecção Integrada em Citrinos, Contributos para a sua aplicação na Região do Algarve - Celestino Soares, J. Entrudo Fernandes e Nídia Ramos (1999);

A Reconversão Varietal na Cultura dos Citrinos. A prática da re enxertia – Projecto 1/1/62/DGDR/98 “Citricultura. Produção de material vegetativo de qualidade. Plano de Prevenção do Vírus da tristeza dos citrinos (CTV)”;

A Rega Gota-a-Gota de Citrinos (Recomendações Práticas) – José Carlos Tomás (2001);

A Traça do Craveiro, *Cacoecimorpha pronubana* Hb (Lepidoptera – Tortricidae), nos Citrinos – Nídia Ramos (1993);

Ácaro vermelho dos citrinos *Panonychus citri*-Mc.Gregor, Faro DRRAALG-DIRP (1993);

Ácaro-do-Texas (*Eutetranychus banksi* McGregor, 1914), nova espécie de ácaro na cultura dos citrinos no Algarve – Mário Gonçalves, Miriam Cavaco, J. Entrudo Fernandes, Celestino Soares, Nídia Ramos, Oeiras, DGPC, 2002;

Adubação dos Citrinos. Recomendações Práticas - António Guerreiro;

Algumas Variedades de Citrinos com interesse para o Algarve – António Guerreiro (1995);

Aprenda como NORMALIZAR OS CITRINOS – MADRP /DRAALG;

Banco de Germoplasma de Citrinos – Projecto ANDALG-CITRUS: “Actuações conjuntas no Algarve e Andaluzia para optimização do desenvolvimento da citricultura” - Maria José Pinto (2005);

Citrinos do Algarve, Um Oceano de Vitaminas - DRAALG;

CITRINOS DO ALGARVE, 100% NOSSOS – Centro Tecnológico de Citricultura, UNIPROFRUTAL, INOVA Algarve e INIAP.

Cochonilha – pinta – vermelha (*Aonidiella aurantii* Maskell) - Celestino Soares, J. Entrudo Fernandes e Nídia Ramos (2000);

Gestão da flora adventícia e envolvente do pomar de citrinos, com vista ao fomento da limitação natural dos inimigos da cultura – Projecto nº 29; Medida 8 – Desenvolvimento Tecnológico e Demonstração – Acção 8.1 – DE&D (2004);

Incisão anelar em citrinos – Amílcar Duarte e Diamantino Trindade (2000);

Laboratório da DRAALG, o seu parceiro de hoje com a tecnologia do amanhã;

Microenxertia *in vitro* de *citrus SPP* – Nélia Barranqueiro e José Nobre (1994);

O afídeo tropical dos citrinos (*Toxoptera citricidus* Kirkaldy), Contribuição para o seu conhecimento - Projecto 1/1/62/DGDR/98 “Citricultura. Produção de material vegetativo de qualidade. Plano de Prevenção do Vírus da tristeza dos citrinos (CTV)”;

Organizações de Produtores (OP) - Reg. (CE) nº 2200/96 do Conselho (2000);

Plantação de Citrinos (recomendações práticas) – Manuel Luís, Francisco Barreto e Fernando Gonçalves (1995);

Pós – Colheita em citrinos, Resultados de Experimentação e Demonstração – CTC Projecto AGRO nº 305;

Produção em massa de *Criptolaemus Montrouziere* para controlo de *Planococcus Citri* – CTC, Projecto AGRO nº 294, Medida 8 – Acção 8.1 (2004);

Sobreenxertia de Pomares de Citrinos (Recomendações práticas) - Projecto 1/1/62/DGDR/98 “Citricultura. Produção de material vegetativo de qualidade. Plano de Prevenção do Vírus da tristeza dos citrinos (CTV)”;

D.2: Investigação, Experimentação, Demonstração e Formação levada a cabo por instituições regionais

Quadro D.2.1: Projectos IED em citrinos, a decorrer de 2000 - 2006

Tipo de Projecto	Objectivos	Financiamento (contos)	Entidade(s) executora(s)	Período de execução
INTERREG I Subprograma 1: Desenvolvimento Sócio-económico Efeitos do uso intensivo de fertilizantes na qualidade do solo e das águas subterrâneas	(tem uma componente hortícola e outra para os citrinos) Efeito do uso intensivo de fertilizantes e de produtos fitossanitários na qualidade do solo e das águas subterrâneas	14.000	DRAALG Direcção Reg. Ambiente ARS UALg	1997 -2001
INTERREG II Subprograma 1: Desenvolvimento sócio-económico Medida: Agricultura e Desenvolvimento Rural	Citricultura. Produção de material vegetativo de qualidade. Plano de prevenção do vírus da tristeza (CTV)	38.950	DRAALG	1998- 2001
INTERREG II ALGARVE MED Luta Autocida contra a mosca do Mediterrâneo	- Analise técnica e económica para a implementação da Luta Autocida no Algarve	133.000	DRAALG UALG	1998 – 2001
INTERREG II C Programa Operacional de Ordenamento do Território e Luta conta a seca em Portugal	Estudo do movimento da água no solo num sistema gota-a-gota	3.000	DRAALG	1999-2001
INTERREG II Subprograma 1: Desenvolvimento Sócio-económico (2ª Fase)	Efeito do uso intensivo de fertilizantes e de produtos fitossanitários na qualidade do solo e das águas subterrâneas	52.864	DRAALG	1997-2001

Quadro D.2.1: Projectos IED em citrinos, a decorrer de 2000 – 2006 (cont.)

Tipo de Projecto	Objectivos	Financia- mento	Entidade(s) executora(s)	Período de execução
Projecto AGRO nº 294 Medida 8 - Acção 8.1 (C.T.C.)	Produção em massa de <i>Cryptolaemus Montrouzieri</i> para controlo de <i>Planococcus Citri</i>	20.000 €	CENTRO TECNOLÓGICO DE CITRICULTURA	2001 - 2005
Projecto AGRO nº 305 Medida 8 - Acção 8.1 (C.T.C.)	Experimentação. Demonstração e técnicas de Pós-Colheita em citrinos	19.229 €	CTC / DRAALG /FRUTALGARVE /CACIAL /FRUSOAL /FRUTARADE	2001 - 2005
Projecto AGRO nº 282 Medida 8 – Acção 8.1	Horticultura Biológica componente citrinos - Aplicação da tecnologia permitida pelo modo de Produção Biológica	109.938 €	AGROBIO / DRAALG/ UALg	2002-2006
Projecto AGRO nº 29 Medida 8 – Acção 8.1	Estudo da flora adventícia envolvente do pomar de citrinos com vista ao fomento da limitação natural dos inimigos da cultura.	69.218 €	DRAALG/ ISA / FRUTOESTE	2001 - 2005
Projecto AGRO nº 935 Medida 8 – Acção 8.1	Valorização dos Citrinos do Algarve - IGP pela programação das colheitas e melhoria da qualidade	100.000 €	UALg /DRAALG/ UNIPROFRUTAL	2006 - 2007
Projecto AGRO 8.2	Modernização da Estação de Avisos Agrícolas do Algarve	175.000 €	DRAALG	2002 – 2005
INOVALGARVE Projecto - 04.01	Estudo de mercado dos citrinos a nível nacional e campanha de promoção dos citrinos do Algarve	200.000 €	CTC / INIAP	2002 - 2004
INTERREG III A ANDALG CITRUS 1ª fase	Actuação conjunta no Algarve e Andaluzia para optimização do desenvolvimento da citricultura. No âmbito da protecção das culturas incidiu na luta biológica à cochonilha Pinta Vermelha.	308.750 €	DRAALG	2003 – 2004

Quadro D.2.1: Projectos IED em citrinos, a decorrer de 2000 – 2006 (cont.)

Tipo de Projecto	Objectivos	Financia- mento	Entidade(s) executora(s)	Período de execução
Projecto no âmbito do Programa Cooperação Científica e Técnica Luso – Espanhola, Convénio GRICES-CSIC	Influência da clorose fêrrica na qualidade do fruto	2.793 €	UALg (FERN) Estación Experimental Aula Dei CSIC	2004 – 2006
INTERREG III A ANDALG CITRUS 2ª fase	“Actuações conjuntas no Algarve e Andaluzia para optimização do desenvolvimento da citricultura”	133.333 €	DRAALG	2005 – 2006
Programa Operacional de Ciência, Tecnologia e Inovação POCTI/AGR/45098/2002	Implementação de um sistema de controlo biológico com microorganismos antagonistas das principais doenças em pós-colheita, em citrinos e pomoideas	106.821 €	UALg	2002– 2006
INTERREG III A SALCITRUS	Projecto Algarve – Sevilha para avaliar a tolerância dos citrinos à salinidade	127.420 €	UALg /Univ. Huelva /IRNAS - CSIC	2003-2006
Programa Operacional de Ciência, Tecnologia e Inovação POCTI/AGR/59090/2004	Evolução do vírus da Tristeza nos citrinos e epidemiologia molecular	71.520 €	UALg	2005 - 2008
INTERREG III A CITRISAUDE	Novas tecnologias pós-colheita com vista à qualidade e sanidade dos citrinos	154.173 €	UALG Univ. Huelva CSIC - Sevilha	2006 - 2008
INTERREG III A ANDALG CITRUS 3ª fase	“Actuações conjuntas no Algarve e Andaluzia para optimização do desenvolvimento da citricultura”	173.333 €	DRAALG	2006 – 2008
PROJECTO AGRO 8.2 Propagação de material vegetativo certificado de citrinos	Produção de material vegetativo certificado de citrinos.			2006 - 2008
PTDC/AG-ALI/66065/2006	Novas abordagens para a caracterização e correcção da clorose fêrrica. Fluxos do Fe, transportadores e expressão genética.	89.826 €	UALG ISA - DQAA	2007 - 2010

Fonte: DRAALG e UALg

Campo de demonstração da Protecção Integrada –1995 - 1999 - Em Tavira.

Ao abrigo das Agro Ambientais com vista à demonstração da prática de Protecção Integrada comparativamente à Luta Química Convencional (adaptação dos níveis económicos de ataque e estimativas dos riscos para os inimigos das culturas).

Estudos da Qualidade dos Citrinos – Caracterização Físico Química e Organoléptica das Variedades – Eng^a Aurora Neto Martins

Ensaio em curso:

- Ensaio de Agricultura Biológica (Tavira) – 1993-2007; - (Eng. Maria Mendes e Eng. Marreiros)
- Ensaio de compassos e densidades de citrinos (Tavira); -]Eng^o Téc. Fernando Gonçalves[
- Ensaio de Rega de citrinos (Patação); - Eng^o Armindo
- Ensaio sobre Fertilizações Azotada (Patação); - Eng^o Tomás
- Colecção de citrinos (Patação); - Eng^o Tomás
- Ensaio de controlo do pH e cond. eléctrica da água de rega (Tavira); - Eng. Tomás
- Ensaio sobre porta enxertos(Tavira); -]Eng^a M. José[, Eng^o Tomás
- Ensaio sobre fertilização (Tavira); -]Eng^o Sequeira Marques[, Eng^o Tomás

Cursos de Formação:

- Cursos monográficos de citricultura;
- Cursos de Jovens Empresários Agrícolas
- Cursos de Empresários Agrícolas

ANEXO E:

Intoxicações constatadas pelo INEM nos anos de 2006 e 2007

Quadro E.1: Intoxicações no ano de 2006 e de 2007

ANO 2006

	Tipo de Intoxicado		c/ Pesticidas		
Adulto	10.555	52%	1.563	80%	15%
Criança	9.161	45%	380	20%	4%
Animal	552	3%			
Misto	45	0%	5	0%	11%
Total	20.313	100%	1.948	100%	10%

Agentes mais frequentes		
Medicamentos	8.883	59%
Domésticos / Industriais	3.898	26%
Pesticidas	1.411	9%
Cosmética	644	4%
Subst. Abuso	225	1%

Pesticidas	Frequência		Nível de toxicidade
Piretroides	384	38%	baixa
Organofosforados	227	22%	alta
Anticoagulantes	148	15%	alta
Organoclorados	92	9%	alta
Carbamatos	82	8%	alta
Paraquato	78	8%	alta

ANO 2007

	Tipo de Intoxicado		c/ Pesticidas		
Adulto	12.011	51%	1.682	79%	14%
Criança	10.962	46%	438	21%	4%
Animal	709	3%			
Misto	66	0%			
Total	23.747	100%	2.120	100%	9%

Agentes mais freq. em adultos		
Medicamentos	8.186	57%
Domésticos / Industriais	3.465	24%
Pesticidas	1.953	14%
Subst. Abuso	424	3%
Animal	305	2%

Agentes mais freq. em crianças		
Medicamentos	6.091	59%
Doméstico	2.349	23%
Cosmética	847	8%
Pesticidas	438	4%
Esc. / Brinquedos	335	3%
Indústriais	284	3%

Fonte: INEM, CIAV (2007).

ANEXO F:

Utilização da IGP – “Citrios do Algarve”

Quadro F.1: - Utilização da IGP "Citrinos do Algarve" no período de 1996/2001

Unidade: toneladas e percentagens

Ano Agrícola	Pedidos de autorização de uso da IGP	Citrinos comercializados com certificação IGP- "Citrinos do Algarve"		Produção média de citrinos no Algarve (1997-2001)	Percentagem da produção certificada como IGP em relação à produção média do Algarve (1997-2001)
		Quantidade	Destino da Produção		
1996 a 1998	-	-	Só para promoção		
1999 / 2000		10	GMS		
	OP	1	MT / Nacional		
		8	Exportação		
	OP	37	Exportação		
	Total 2	56		206.904	0,03%
2000 / 2001	OP	39	Exportação		
	OP	2	Exportação		
	OP	32	Exportação		
	ACE	57	Exportação		
	Total 4	130		203.036	0,06%

Fonte: APAGAL e INE (Quadro de Produção Vegetal de 1996, 1997, 1998,1999; 2000; 2001)

Quadro F.2: - Utilização da IGP "Citros do Algarve" nos anos agrícolas 2002/2003

Unidade: toneladas e percentagens

Ano Agrícola	Pedidos de autorização de uso da IGP			Citros comercializados com certificação IGP-“Citros do Algarve”	
	Centrais Fruteiras	Área de Pomares ha (cadastro)	estimativa de produção a comercializar com IGP	Quantidade	Destino da Produção
2002 / 2003	OP	258		não comercializou	
	OP	351		100	GMS
	OP	410			
	OP	283		900	GMS
	OP	156		não comercializou	
	OP	91		não comercializou	
	Intermediário grossista c/ prod			230	GMS
	Intermediário grossista c/ prod			50	MT / Português
	Produtor	97		311	GMS
	Produtor	38		48	MT / Português
	OP	383		não comercializou	
	OP	331		não comercializou	
	Total (12)	2.398	10.000	1.639	6% MT e 94% GMS

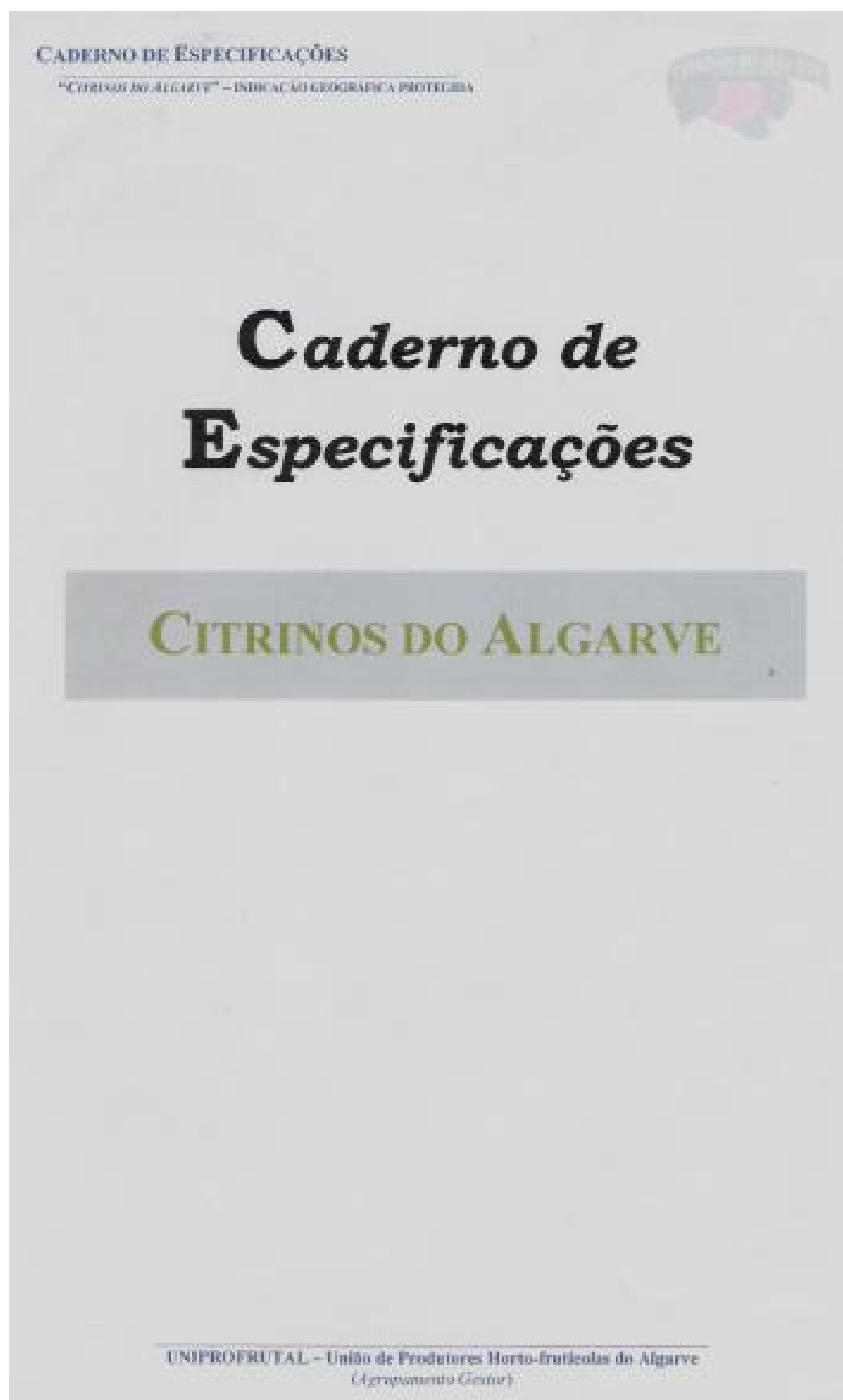
Fonte: APAGAL e INE (Quadro de Produção Vegetal de 1999; 2000; 2001; 2002; 2003)

Quadro F.3: - Utilização da IGP "Citrinos do Algarve" nos anos agrícolas 2003/2004 e 2005/2006

Unidade: toneladas e percentagens

Ano Agrícola	Pedidos de autorização de uso da IGP	Citrinos comercializados com certificação IGP "Citrinos do Algarve"		Produção média de citrinos no Algarve (últimos 5 anos)	Produção certificada como IGP em relação à produção média do Algarve (últimos 5 anos)
		Quantidade	Destino da Produção		
2003 / 2004	Produtor e intermediário grossista	159	GMS		
	OP	935	GMS		
	Produtor e intermediário grossista	186	GMS		
	Produtor e intermediário grossista	586	GMS		
	OP	95	GMS		
	OP	426	GMS		
	OP	não comercializou			
	Total (7)	2.387	100% GMS	225.585	1,1%
2004/ 2005	Produtor e intermediário grossista	389	GMS		
	OP	262	GMS		
	Produtor e intermediário grossista	90	GMS		
	Produtor e intermediário grossista	322	GMS		
	OP	66	GMS		
	OP	556	GMS		
	Total (6)	1.685	100% GMD	227.609	0,7%

Fonte: APAGAL e INE (Quadro de Produção Vegetal de 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005)





ÍNDICE

- **DESCRIÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS CITRINOS DO ALGARVE**
- **REGRAS DE PRODUÇÃO A RESPEITAR PELOS PRODUTORES DOS CITRINOS DO ALGARVE – INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG)**



DESCRIÇÃO E CARACTERIZAÇÃO

- CITRINOS DO ALGARVE -

1. IMPORTÂNCIA ECONÓMICA E SOCIAL

Os citrinos do Algarve representam um valor inegável na economia regional, emanando a sua reputação de tempos imemoriais.

Com uma área de citrinos estimada em cerca de 15.000 Ha, o que representa aproximadamente 60% da área nacional. O Algarve possui condições climáticas muito favoráveis para esta actividade, nomeadamente pelo menor risco de ocorrência de geadas e pelo seu potencial fotossintético – isolamento e radiação solar. Este conjunto de elementos climáticos específicos da região induz nos citrinos bons níveis de precocidade e produtividade e óptimas características organolépticas, que os diferenciam dos obtidos noutras regiões.

Encontrando a actividade na região boas condições naturais para a sua expressão, não é de estranhar o seu elevado peso no Produto Agrícola Bruto regional – cerca de 30%. Em correspondência com esta importância económica, são numerosos os agricultores cujos rendimentos agrícolas dependem quase em exclusivo ou na maior parte dos respectivos pomares, sendo as explorações que se lhe dedicam cerca de 12 mil, o que representa 45% do total das unidades produtivas agrícolas do Algarve.

No conjunto do pomar citrícola algarvio as laranjeiras ocupam cerca de 11 mil hectares, o que representa praticamente $\frac{3}{4}$ da área total da actividade.

2. IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS PRODUTOS

Em termos produtivos os pomares citrícolas algarvios caracterizam-se por uma diversidade tecnológica assinalável, que começa logo ao nível das variedades cultivadas das diferentes espécies.



No que respeita às laranjeiras (*Citrus sinensis*) existem dois grandes grupos de variedades – grupo Navel e grupo Comum, estimando-se que o primeiro represente 48% do pomar regional de laranjeiras e o segundo os restantes – 52%. No primeiro grupo sobressaem as variedades Navelina (Dalmau), Newhall e Washington Navel (Baía Regional) e no segundo Valência Late.

A nível dos pequenos citrinos (*Citrus unshiu*, *Citrus deliciosa*, *Citrus mobilis* e *Citrus reticulada*) as principais variedades cultivadas actualmente são: Okitsu, Encore, Fortuna, Ortanique, Clementina, Fina, Clementina Nules, Arrufantina, Hernandina, Fremont, Setubalense, Tangera e Tangerina Nova (Clemenvilla).

As principais variedades cultivadas de Toranja (*Citrus paradisi*) são a Marsh Seedless e a Star ruby.

Em termos de limoeiros (*Citrus limon*) as variedades mais cultivadas no Algarve são Eureka, Lisboa e Lunário.

Segue-se a caracterização de algumas das variedades atrás indicadas, aquelas para as quais foi possível dispor de elementos, nomeadamente segundo critérios analíticos (físico-químicos) e visuais.

LARANJAS

DALMAU (Navelina)

Os frutos apresentam as seguintes características:

- Tamanho – Médio a grande (a massa dos frutos varia entre 170 e 250 g); o calibre varia entre 70 e 80 mm;
- Forma – Esférica a abovoide (a relação entre o diâmetro longitudinal e o diâmetro equatorial varia entre 0,97 e 1,00);
- Umbigo pequeno, não proeminente;
- Casca – cor vermelho-laranja, delgada;
- Polpa – Textura média, sabor agradável, com 10 a 12 gomos;
- Não contém sementes;
- Sumo – Teor em sumo varia entre 35 e 45%;
- Sólidos solúveis totais – (*) Variam entre 9,5 e 12%;



Limões: Tamanho médio; homogeneidade de calibre; gomos com poucas a raras sementes; teor médio a alto em sumo; acidez muito elevada.

3. DELIMITAÇÃO DA ÁREA GEOGRÁFICA DE PRODUÇÃO

A área a poder beneficiar da Indicação Geográfica Protegida “Citrinos do Algarve” é a compreendida dentro dos seguintes contornos de acordo com as condicionantes técnicas indicadas:

A Ocidente – a isotérmica dos 22° C (temperaturas médias mensais de Agosto) para além da qual não é possível conseguirem-se as quantidades de calor acumuladas necessárias à manutenção dos pomares em boas condições de produção. O vento, que constitui outro factor impeditivo da implantação de pomares citrícolas em condições de rentabilidade na extremidade Ocidental do Barlavento, deixa só de ter efeitos condicionadores sensivelmente nos limites definidos pela linha atrás referenciada.

A Norte – os litossolos de xisto da Serra Algarvia.

A excepção a estes limites compreende o Maciço Granítico de Monchique, cujos solos litólicos húmicos de sienitos de textura ligeira, aliados a um clima com elevado grau de humidade proporcionam uma grande concentração de pomares de limoeiros e outros citrinos.

São ainda de considerar os espaços geográficos com solos e microclimas que garantem a especificidade dos Citrinos do Algarve conforme caracterização feita.

4. REGRAS DE PRODUÇÃO

Para além da grande diversidade varietal que caracteriza ao pomar citrícola algarvio, também ao nível da sua condução se verifica uma forte diversificação, aspecto que inviabiliza a fixação de uma possível “tecnologia média”.



Apesar deste facto, nos últimos anos tem-se assistido a um esforço de investimento quer a nível da produção quer das condições de preparação, acondicionamento e comercialização, o qual tem estado na base de um processo de modernização tecnológica dos pomares.

Com a actual candidatura ao reconhecimento da Indicação Geográfica Protegida “Citrinos do Algarve”, importará estabelecer algumas das condições a que a produção deverá obedecer.

No que respeita à composição varietal, para além das variedades já referidas e que actualmente são as mais cultivadas, deverá ser tomada em consideração pelas estruturas de enquadramento técnico e económico do sistema do controlo e certificação a dinâmica do mercado. Este facto poderá vir a permitir a introdução de novas variedades preferidas pelos consumidores, quer sejam das espécies consideradas quer de suas mutações e híbridos, caso as condições edafo-climáticas do Algarve permitam produzi-las do ponto de vista económico, com qualidade e produtividade.

Quanto às técnicas culturais elas deverão atender às diferentes situações naturais, estruturais e de lógicas de funcionamento dos agricultores que se dedicam aos citrinos. As estruturas de enquadramento técnico da citricultura regional deverão desenvolver acções de vulgarização e assistência técnica junto dos seus produtores, com a preocupação de se caminhar no sentido da adopção de práticas culturais visando obter produtos sãos e de bom valor nutricional e gustativo, assegurando um desenvolvimento fisiológico equilibrado das plantas.

Em relação à fertilização importará aprofundar o conhecimento sobre as características físicas e químicas das parcelas em que se encontram os pomares e daquelas onde eventualmente se venham a fazer novas plantações, por forma a se poder definir esquemas de fertilização equilibrada, com maior ênfase nas doses de azoto que deverão ser moderadas.

As dotações em água de irrigação durante o período vegetativo deverão ter em atenção as necessidades reais da planta em função do clima.

O compasso das plantações deverá permitir uma correcta exposição à luz de todas as partes da planta, em simultâneo com uma racionalização do



trabalho em operações culturais como os tratamentos fitossanitários e a colheita.

Quanto à protecção sanitária, a tendência deverá caminhar no sentido do incremento de métodos de protecção integrada de que resulte fruta com teores de resíduos de pesticidas inferiores aos limites legais admitidos. As condições de utilização de pesticidas, as suas doses máximas e as datas limites de emprego deverão ser rigorosamente respeitadas.

A colheita deverá efectuar-se quando os frutos se encontrem num estado de desenvolvimento que potencie a expressão de todas as suas qualidades nutricionais e gustativas, ao mesmo tempo que lhes permita suportar o transporte e o armazenamento e chegar em condições satisfatórias ao local de destino. Neste aspecto dever-se-á caminhar no sentido da estrutura de enquadramento marcar o início da campanha com base em análises dos teores de ácido cítrico, os quais deverão ser adequados ao gosto dos consumidores.

A colheita deverá ser transportada em caixas de campo, devidamente desinfectadas com produtos químicos autorizados, para as entidades licenciadas para a sua preparação e acondicionamento. Aqui, os citrinos serão limpos, escolhidos, seleccionados e embalados.

Os citrinos para o consumo em fresco deverão apresentar-se inteiros, são, isentos de danos e/ou alterações externas provocadas pela geada, limpos e praticamente isentos de matéria estranha visível, isentos de humidade exterior anormal e de odor e/ou sabor estranhos.

Somente poderão beneficiar da Indicação Geográfica Protegida “Citrinos do Algarve” os produtos das categorias Extra, I e II da Norma CEE aplicável. No caso da categoria II apenas beneficiará daquela menção o produto que se apresentar em embalagens idênticas às da categoria I.

Os tipos de embalagens autorizadas deverão ser adequadas ao produto e aos mercados a que se destinam e obedecerão à estratégia de marketing dos “Citrinos do Algarve”. O conteúdo de cada embalagem deverá apresentar homogeneidade quanto à variedade, qualidade e calibre e sensivelmente o mesmo estado de desenvolvimento e maturação.



5. CORRESPONDÊNCIA DA ÁREA GEOGRÁFICA DE PRODUÇÃO EM TERMOS ADMINISTRATIVOS

Em complemento à delimitação da área geográfica de produção descrita anteriormente, do ponto de vista administrativo ela engloba a totalidade dos concelhos de Albufeira, Castro Marim, Faro, Lagoa, Lagos, Monchique, Olhão, Portimão, S. Brás de Alportel, Silves e Vila Real de Santo António e ainda os concelhos de Loulé com excepção da freguesia de Ameixial, e Tavira com excepção da freguesia de Cachopo.

Conforme foi anteriormente afirmado a natureza edafo-climática da região origina a existência de microclimas fora da zonagem administrativa definida e que garantem o respeito da especificidade dos citrinos do Algarve, pelo que será de prever a sua inclusão na zona beneficiável.



REGRAS DE PRODUÇÃO

- A RESPEITAR PELOS PRODUTORES DOS CITRINOS DO ALGARVE (I.G.)

1. Poderão utilizar a Indicação Geográfica todas as entidades colectivas e individuais (no presente processo designadas por “entidades”) que disponham de meios para preparar e acondicionar citrinos e que para o efeito sejam autorizados pela UNIPROFRUTAL, como Organismo Privado de Controlo e Certificação (OPC), sob proposta do Agrupamento de produtores, CACIAL.
2. A autorização só poderá ser concedida às entidades que, cumulativamente:
 - a) Exerçam a sua actividade exclusivamente na área geográfica de produção do Algarve.
 - b) Produzam citrinos das espécies a seguir indicadas, bem como todas as suas mutações e híbridos:

Laranja

- Citrus sinensis

Mandarinas

- Citrus unshiu
- Citrus deliciosa
- Citrus mobilis
- Citrus reticulata

Toranja

- Citrus paradisi

Limão

- Citrus limon

Limas

- Citrus limetta
- Citrus limettiodes



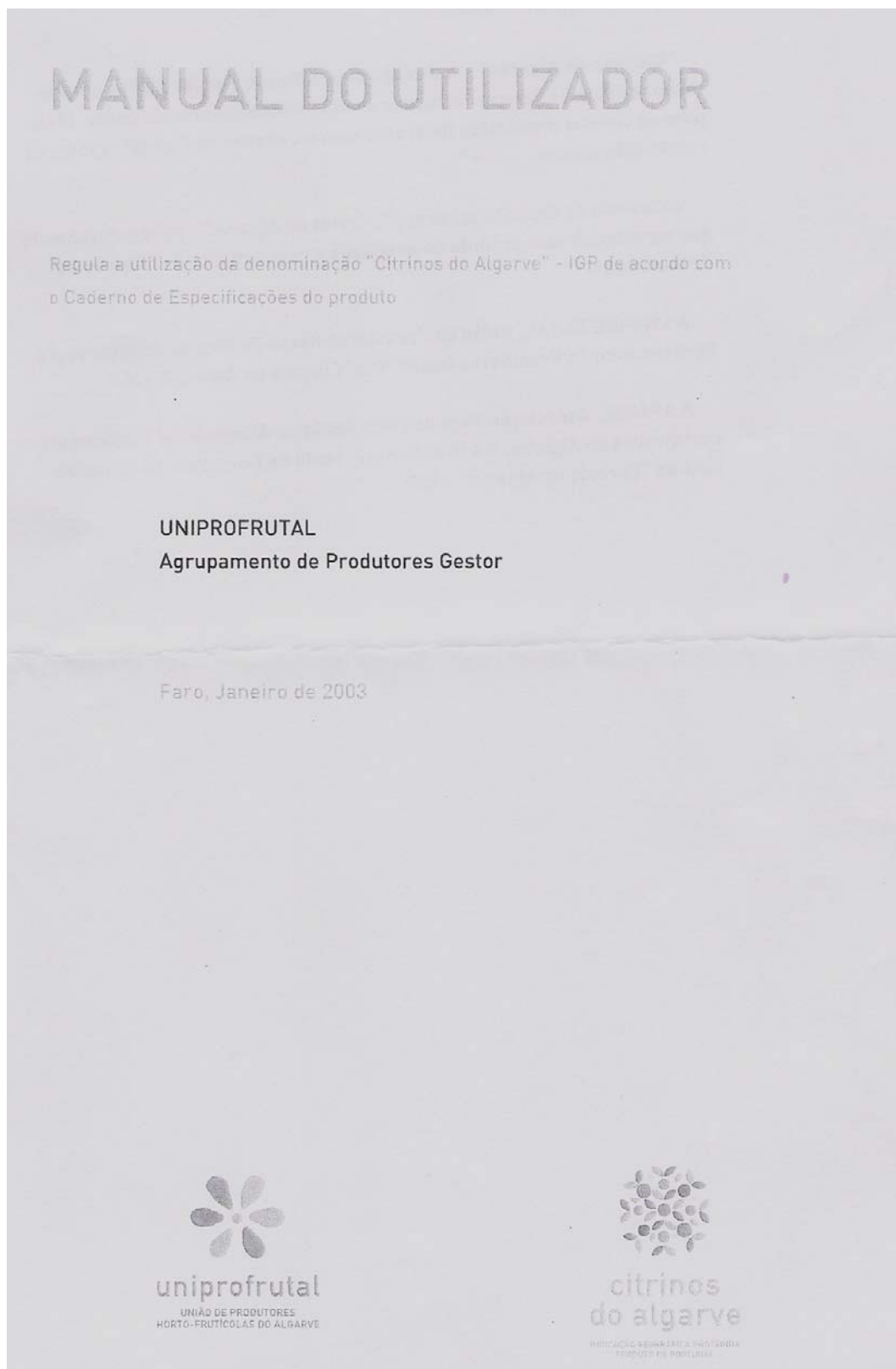
- c) Produzam os citrinos de acordo com as condições estabelecidas nestas “Regras de Produção”.
 - d) Se submetam ao regime de controlo e certificação previsto neste documento.
 - e) Assumam, por escrito, o compromisso de respeitar as disposições previstas neste documento.
3. A autorização prevista no número anterior depende de proposta da CACIAL, após verificação das condições de produção, transporte, preparação e acondicionamento, designadamente quanto aos seguintes aspectos:
- a) Localização e estado geral dos pomares;
 - b) Variedades existentes;
 - c) Práticas culturais, incluindo uso de adubos e produtos fitofarmacêuticos;
 - d) Condições de apanha, transporte, preparação, acondicionamento e conservação dos citrinos;
4. Por cada entidade proposta pela CACIAL à UNIPROFRUTAL para utilizar a indicação geográfica (IG) “Citrinos do Algarve” será elaborado um Registo Descritivo, do qual deverão constar elementos actualizados relativos ao estado geral dos pomares, variedades existentes, práticas culturais utilizadas, condições efectivas de produção, etc.

No caso das Centrais Citrícolas e outras entidades de preparação e acondicionamento serão estas a diligenciar pela recolha destes elementos junto dos produtores e sua apresentação.



5. Os candidatos ao uso da IG deverão preencher uma ficha idêntica, cujos dados serão posterior e localmente verificados pela UNIPROFRUTAL.
6. É da responsabilidade dos produtores a comunicação à respectiva Central Citrícola ou entidade de preparação e acondicionamento, a actualização dos elementos constantes do Registo Descritivo referido em 4, sempre que hajam alterações na sua exploração agrícola.
7. Os produtores de citrinos do Algarve deverão possuir e manter actualizado um registo de produção estimada e efectiva.
8. As explorações agrícolas e as instalações de preparação e/ou de acondicionamento serão objecto de acções regulares de controlo, a efectuar por agentes da UNIPROFRUTAL, devendo-lhes ser prestada toda a colaboração requerida para a realização do seu trabalho. As acções de controlo deverão ter uma periodicidade de uma vez por mês, podendo, no entanto, esta periodicidade ser aumentada ou diminuída face a razões técnicas, sempre justificadas.
9. As entidades têm o direito de exigir uma cópia do relatório da acção de controlo, devidamente assinada pelo agente do OPC. O relatório será também rubricado pelo operador da entidade sujeita a controlo e que acompanhou a acção.

Documento F.5 – Manual do Utilizador da IGP – “Citrinos do Algarve”



NOTA INTRODUTÓRIA

“Citrinos do Algarve” – Indicação Geográfica Protegida (IGP) é o nome reconhecido pelo Estado Português e pela Comissão Europeia desde 1996, para os citrinos produzidos de acordo com o Caderno de Especificações, na região delimitada.

O Caderno de Especificações dos “Citrinos do Algarve” - IGP é o documento que caracteriza este produto de qualidade e regulamenta a utilização da denominação.

A UNIPROFRUTAL, União de Produtores Horto-Frutícolas do Algarve é o Agrupamento de Produtores Gestor dos “Citrinos do Algarve” - IGP.

A APAGAL, Associação Para os Produtos Agro-Alimentares Tradicionais Certificados do Algarve, é o Organismo Privado de Controlo e Certificação para os “Citrinos do Algarve” – IGP.

PROCESSO DE AUTORIZAÇÃO PARA UTILIZAÇÃO DA DENOMINAÇÃO "CITRINOS DO ALGARVE" – IGP

1. Antes ou no início da campanha citrícola, a **UNIPROFRUTAL** envia o **Pedido de Autorização** para utilização da denominação "Citrinos do Algarve" – IGP aos operadores de citrinos do Algarve, juntamente com eventuais informações relativas à utilização da denominação.
2. O operador interessado na comercialização de "Citrinos do Algarve" – IGP, remete o Pedido de Autorização à UNIPROFRUTAL, antes ou no decorrer da campanha.
3. A UNIPROFRUTAL recebe o Pedido de Autorização e dispõe-se a prestar esclarecimento sobre a utilização da denominação. Pode reunir com o operador ou visitar as suas instalações, no sentido de conhecer o processo de produção e preparação dos citrinos, para melhor informar o operador.
4. A UNIPROFRUTAL toma conhecimento das condições do operador para utilizar a denominação. O operador toma conhecimento das **Regras de Utilização** da denominação, nomeadamente no que se refere ao **Processo de Autorização**, à produção, preparação e embalagens a utilizar no acondicionamento dos citrinos, bem como sobre o processo e custos de controlo e certificação da APAGAL.
5. Se o operador mantém o interesse em utilizar a denominação "Citrinos do Algarve" – IGP, a UNIPROFRUTAL emite um **Pedido de Certificação** para a APAGAL.
6. A APAGAL contacta o operador para iniciar o **Processo de Controlo e Certificação da Estação Fruteira e dos Pomares** de onde o operador pretende fazer expedição de citrinos, solicitando a documentação necessária, designadamente os registos dos pomares.
7. Após efectuar as **Ações de Controlo**, a APAGAL envia documentação sobre a Estação Fruteira e os Pomares à UNIPROFRUTAL e marca o **Conselho de Certificação (CC)**.
8. No CC da APAGAL participam diversas entidades. O processo é apreciado e votado, sendo emitida a deliberação do CC para **Licenciamento da Entidade Requerente** e remetida cópia para a UNIPROFRUTAL.
9. A UNIPROFRUTAL recebe a deliberação do CC. Se a deliberação for favorável, a UNIPROFRUTAL emite **Parecer**, favorável ou não ao licenciamento do operador, que remete para a APAGAL.
10. Se a UNIPROFRUTAL autorizar o operador a utilizar a denominação "Citrinos do Algarve" – IGP, a APAGAL emite a **Licença à Estação Fruteira**, que envia à UNIPROFRUTAL, juntamente com factura ao operador sobre os serviços prestados.
11. Após o pagamento, a UNIPROFRUTAL envia a autorização para utilização da denominação "Citrinos do Algarve" – IGP ao operador, juntamente com o recibo da APAGAL.
12. É celebrado um contrato entre o operador e a APAGAL, para prestação de serviços de controlo e certificação da denominação "Citrinos do Algarve" – IGP.

13. A UNIPROFRUTAL faz o **acompanhamento ao operador** no decorrer da campanha citrícola, prestando informações sobre diversas matérias relacionadas com a produção, preparação e expedição de citrinos e outras como a promoção e os incentivos a produtos protegidos.

14. A **autorização é válida por uma campanha citrícola**, após a qual a UNIPROFRUTAL envia um novo Pedido de Autorização ao operador, que poderá optar pela continuidade de utilização da denominação “Citrinos do Algarve” - IGP.

RESUMO DOS PROCEDIMENTOS DO OPERADOR

Enviar o Pedido de Autorização à UNIPROFRUTAL;

Receber as Acções de Controlo e enviar a documentação solicitada pela APAGAL;

Receber autorização para utilização da denominação;

Celebrar contrato com a APAGAL para a prestação de serviços de controlo e certificação

Solicitar informações à UNIPROFRUTAL sempre que considere necessário.

ORIGEM E DEFINIÇÃO DO PRODUTO

Os “Citrinos do Algarve” têm **origem** na região administrativa do Algarve, com excepção dos concelhos de Aljezur, Alcoutim e Vila do Bispo, e das freguesias de Ameixial e Cachopo, respectivamente dos concelhos de Loulé e Tavira.

SÃO “CITRINOS DO ALGARVE” OS SEQUENTES FRUTOS:

Laranjas; Tangerinas e seus híbridos; Limões; Toranjas; Limas.

REGRAS DE PRODUÇÃO DOS “CITRINOS DO ALGARVE” - IGP

Em termos produtivos, os pomares citrícolas algarvios caracterizam-se por uma diversidade tecnológica assinalável, desde as variedades cultivadas à forma de condução dos pomares.

Os pomares e a produção devem revestir-se das seguintes características:

1. **Compassos de plantação** e forma de condução das árvores que permitam uma correcta exposição à luz, necessária à obtenção de frutos de qualidade;
2. **Controlo de rega e fertilização** adequados aos solos e às espécies e variedades em causa, para o normal desenvolvimento das plantas e para que se possam evidenciar as características normais dos frutos;
3. **Programa adequado de controlo de pragas e doenças**, no respeito rigoroso das disposições legais em matéria de práticas agrícolas, designadamente as de Luta química, como o cumprimento de intervalos de segurança na aplicação de produtos fitofarmacêuticos;
4. **Colheita dos frutos** quando estes se encontrem num estado de desenvolvimento que potencie a expressão de todas as suas qualidades nutricionais e gustativas e lhes permita suportar convenientemente as operações de transporte e acondicionamento.

APRESENTAÇÃO DO PRODUTO E EMBALAGEM A UTILIZAR NA EXPEDIÇÃO DE "CITRINOS DO ALGARVE" – IGP

Quanto à **apresentação comercial do produto**, o **Caderno de Especificações** remete para a **UNIPROFRUTAL** a estratégia a seguir, que poderá ser alterada de acordo com a evolução do sector e do produto no mercado.

1. Para serem certificados com a denominação "Citrinos do Algarve" – IGP, os citrinos devem ser preparados e embalados de acordo com as **Normas de Comercialização Para os Citrinos** e demais legislação aplicável.
2. A **embalagem normalizada** deverá ser adequada ao mercado a que se destina.
3. A embalagem poderá ter a imagem que o operador entender, desde que não apresente menções, figuras ou símbolos susceptíveis de prejudicar a imagem dos "Citrinos do Algarve" – IGP.
4. A designação **Algarve**, outras menções contendo a palavra **Algarve**, a denominação "**Citrinos do Algarve**" – IGP ou o logotipo correspondente podem ser inscritas na embalagem, em papeis ou capas de caixas, bandas de sacos ou outro material que acompanhe as embalagens normalizadas contendo citrinos certificados.
5. A UNIPROFRUTAL poderá definir uma embalagem com a imagem dos "Citrinos do Algarve" – IGP, a utilizar para **fins promocionais** e que poderá ser cedida aos operadores autorizados a utilizar a denominação "Citrinos do Algarve" – IGP.

6. ROTULAGEM DE CAIXAS

Nas caixas normalizadas é colocado um rótulo definido pela UNIPROFRUTAL, com a seguinte imagem:

- a) O rótulo tem as medidas 21 x 7 cm.
- b) O rótulo apresenta, ao centro, o logotipo dos "Citrinos do Algarve" – IGP, a designação **Produto de Portugal** (em Português e Inglês) e o nome, logotipo e contacto da UNIPROFRUTAL como **Agrupamento de Produtores Gestor**. O espaço à esquerda destina-se ao rótulo com a identificação do operador e características do produto, imprimido ou aposto. À direita consta o logotipo europeu das Indicações Geográficas Protegidas (em Português e Inglês) e a marca de certificação da APAGAL.
- c) A etiqueta deve ser colocada num dos topos da caixa, na parte inferior da superfície do topo.
- d) A imagem do rótulo poderá ser cedida aos operadores autorizados, para impressão em caixas de cartão, com posterior aposição da identificação do operador e características do produto, bem como da marca de certificação da APAGAL.

7. ROTULAGEM DE SACOS DE REDE

Relativamente aos requisitos de imagem dos sacos de rede, está definido o seguinte:

- a) O espaço disponível para a imagem do produto são as duas bandas plásticas do saco de rede.
- b) Uma banda terá a imagem do operador autorizado ou da sua marca e a outra terá a imagem dos "Citrinos do Algarve" – IGP (definida pela UNIPROFRUTAL).
- c) A imagem dos "Citrinos do Algarve" – IGP é composta pelo logotipo da denominação, logotipo europeu das Indicações Geográficas Protegidas (em Português e Inglês), logotipo da UNIPROFRUTAL juntamente com a designação "Agrupamento de Produtores Gestor" e contacto telefónico, e designação "Produto de Portugal" (em Português e Inglês).
- d) O operador poderá ceder o espaço da sua imagem (uma das bandas) a um cliente.
- e) Poderão ser consideradas outras propostas, desde que apresentem a imagem dos "Citrinos do Algarve" – IGP nas cores originais (pantones) dos logotipos e em dimensão proporcional ao espaço do operador ou da sua marca; estas propostas deverão ser submetidas à aprovação da Direcção da UNIPROFRUTAL.
- f) O rótulo do produto, contendo informação sobre a identificação do operador e as características do produto, poderá ter a marca de certificação da APAGAL impressa, sendo apostado numa das bandas plásticas.

8. Em outras embalagens contendo citrinos certificados, é obrigatória a imagem dos "Citrinos do Algarve" - IGP, composta pelo logotipo correspondente à denominação, o logotipo europeu das Indicações Geográficas Protegidas (em Português e Inglês), a designação "Produto de Portugal" (em Português e Inglês) e o nome e contacto da UNIPROFRUTAL como Agrupamento de Produtores Gestor, além do rótulo do operador, com a sua identificação e características dos citrinos, e da marca de certificação da APAGAL.

9. No rótulo deve ser mencionada a palavra Algarve no campo referente à região de origem.

10. Nos frutos podem ser empregues materiais, nomeadamente papeis, ou etiquetas unifruto apostas, com a denominação "Citrinos do Algarve" – IGP ou o logotipo correspondente.

11. A UNIPROFRUTAL recomenda a aposição de etiquetas unifruto com o alusivas aos "Citrinos do Algarve" – IGP quando os citrinos forem comercializados em embalagens abertas.

CONTROLO E CERTIFICAÇÃO

Todos os operadores autorizados para a utilização da denominação "Citrinos do Algarve" – IGP ficam sujeitos ao rigoroso cumprimento dos procedimentos de controlo e certificação da APAGAL.

DISPOSIÇÃO FINAL

Todas as matérias omissas deverão ser remetidas para a UNIPROFRUTAL, que decidirá, face ao Caderno de Especificações dos "Citrinos do Algarve" – IGP, às estratégias de mercado e à legislação em vigor, designadamente a regulamentação relativa aos produtos de qualidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AAZAP (2000) *Programa de Protecção Integrada de Citrinos*, candidatura para reconhecimento da Associação de Agricultores da Zona do Algodor e Periferia como Associação de Produtores em PI, (documento não publicado).

Agroalimentación-La Mandarina: cultivo y manejo de la mandarina. Disponível em: <http://www.infoagro.com/citricos/mandarina.htm>.

Agroalimentación-la naranja: cultivo y manejo de la naranja. Disponível em: <http://www.infoagro.com/citricos/naranja.htm>.

AGROMERCADOS (1995) *Planeamento e Execução das Acções de Controlo e Certificação dos "Citrinos do Algarve"*. Trabalho para UNIPROFRUTAL (União de Produtores Horto-Frutícolas do Algarve), executado pelo CIDER no âmbito da colaboração estabelecida com AGROMERCADOS, (documento não publicado).

Agustí, M. (2000) *Citricultura*, Madrid, Ediciones Mundi-Prensa.

Alavoine-Mornas, F. (1998) Fruits et Légumes de Terroir. Quelles relations entre les distributeurs et leurs fournisseurs? in actes du colloque Grande Distribution Alimentaire (Montpellier, 22-23 Mai 1997) Tome 1 *Intégration Verticale et filières, Organisation, performance, innovation, comportement des consommateurs*, série de notes et documents n° 107, Montpellier, INRA, 21-34.

Albuquerque, F. (1998) *Desenvolvimento Económico Local e Distribuição do Progresso Técnico (uma resposta às exigências do ajuste estrutural)*, Fortaleza-Ceará Instituto Latino-Americano e do Caribe de Planeamento Económico e Social-ILPES. Banco do Nordeste.

Amaral J.D. (1982) *Os citrinos*, Lisboa, Clássica Editora.

Amaral, C. (2002) *A Investigação Agrária e a Modernização da Agricultura*, INIA. Disponível em 24/03/07, <http://www.agroportal.pt/a/camaral.htm>.

Amaro, P. (1999) *Para a optimização da Protecção Integrada e da Produção Integrada até 2006*, Lisboa, UTL / ISA / DPPF-SAPI.

Amaro, P. (2003) *A Protecção Integrada*, Lisboa, ISA / Press.

Amaro, P. (2005) *As Organizações de Agricultores de Protecção Integrada e de Produção Integrada (1994-2004)*, Lisboa, ISA / Press.

Amaro, P. e M. Baggiolini, eds (1982) *Introdução à Protecção Integrada*, manual adaptado do curso FAO/DGPPA. Lisboa, DGPPA.

Amat, S. (1988) *Defectos y alteraciones de los frutos citricos en su comercializacion “su identificación, causas y control”*, Bilbao, Comité de Gestión para la Exportación de Frutos Cítricos.

Andrews, K. (1980) A responsabilidade dos directores pela estratégia corporativa, in Montgomery C. e M. Porter (eds), *Estratégia, a busca da vantagem competitiva*, Rio de Janeiro, Campus, 469- 480

Arcal, Y. F. L e M. Maetz (2000) Tendências del comercio mundial y de productos agrícolas, in FAO, *Las negociaciones comerciales multilaterales sobre la agricultura, manual de referencia*, Roma, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.(Módulo I)Disponível em 16/04/2003, <http://www.fao.org/DOCREP/003/x7351s/x7351s00.htm>.

Árias, R. M. (1999) *El análisis multivariante en la investigación científica*, Madrid, Editorial LA MURALLA.

Assunção, J. F. P. (1985) Aspectos Gerais da Citricultura. A sua evolução no País e o caso especial do Algarve. Perspectivas face à Adesão, in *I Feira Nacional de Citricultura, Festa da Laranja*, Faro, Direcção Regional de Agricultura do Algarve,1-22.

Avillez F., 1999, *Sustentabilidade Económica e Desenvolvimento Rural*. Disponível em 06-10-2006, <http://www.agroportal.pt>

Bardin, L.(1977) *Análise de Conteúdo*, Lisboa, Persona – Edições 70

Barjolle, D. et B. Sylvander (2003) Facteurs de succès des produits d’origine certifiée dans les filières agro-alimentaires, en Europe: marché, ressources et institutions, *INRA, Productions Animales*, Octobre 2003,16 (4), 289-293.

Battistelli, B. (2005) Propriedade Industrial e Desenvolvimento Económico, o papel das indicações geográficas, INPI, *marcas & patentes*, a revista da Propriedade Industrial, Ano XX- Publicação Trimestral, nº4, 3-5.

Bordenave, J. D. (1983) *O que é Comunicação Rural*, S. Paulo, Brasiliense

Braga, W. D. (2005) Ambientes Institucionais Neo-Schumpeteianos e Políticas Públicas para a Inovação Tecnológica no Brasil. *Economia Política da Comunicação*, V ENLEPACC, 2005; Disponível em: www.rp-bahia.com.br/biblioteca/pdf/WilliamDiasBraga.pdf

Brochand B., J. Lendrevie, J Rodrigues. e P. Dionísio (2000) *MERCATOR 2000, Teoria e prática do marketing*, 9ª edição, Lisboa, Publicações Dom Quixote

Bryman A. e D. Cramer (2003) *Análise de Dados em Ciências Sociais: Introdução às Técnicas Utilizando o SPSS para Windows*, 3ª edição, Oeiras, Celta Editora.

Bueno Campos, E. (1996) *Dirección estratégica de la empresa, metodología, técnicas y casos*, 5ª edição, Madrid, Ediciones Pirámide.

Caldentey, P. (1986) *Comercialización de Productos Agrários*, 3ª Edición, Madrid, Editorial Agrícola Española.

Caldentey, P. (1988) *Vender em agricultura*, Madrid, Ediciones Mundi-Prensa.

Caldentey, P. (1992) *Comercialización de Productos Agrários*, 4ª Edición, Madrid, Editorial Agrícola Española.

Carvalho dos Santos J., A. C. Leite, L. H. Wadt, K. H. Borges, F. G. Andrade, R. Meneses e P. Muniz (2000) *Demandas tecnológicas para o sistema produtivo de Óleo de Copaíba (Copaíba spp) no Estado do Acre*, Rio Branco, Embrapa Acre. Disponível em 26-04-2007, <http://www.cpa fac.embrapa.br/pdf/doc 69.pdf>.

Carvalho dos Santos J., M. V. Neves d'Oliveira, C. Pinho de Sá, R. S. Menezes, I. L. Fanke, K. H. Borges, P. S. B. Muniz (2001) *Demandas tecnológicas para o sistema produtivo de Madeira para móveis no Estado do Acre*, Rio Branco, Embrapa Acre. Disponível em 19-03-2007, <http://www.cpa fac.embrapa.br/pdf/doc 73.pdf>.

Carvalho, A e M. Freitas (1997) Estratégias para Implementação da Indicação Geográfica Protegida "Citros do Algarve", in Actas de Horticultura, II Congresso Iberoamericano, III Congresso Ibérico de Ciências Horticolas, Vilamoura, 11-15 de Março, 1997, Comunicações, Tomo 4 *Fruticultura Sub-Tropical, Viticultura outros Temas*, 66-73.

Carvalho, A. (2003) Produtos alimentares com referencial de qualidade podem promover o desenvolvimento rural, in J. Portela e J. C. Caldas (eds.), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, 463-499.

Carvalho, A. (2005) Investigação e Desenvolvimento, in AGRIUS, *Agricultura, Ambiente e Alimentação* –Dossiês Especiais, nº 13, parte integrante da edição nº1692 do Jornal Expresso de 2 de Abril, 2005.

Carvalho, D. (2002) *O Sistema Produtivo*. Disponível em: http://www.dps.uminho.pt/pessoais/jdac/apontamentos/cap01_SisProd.pdf

Carvalho, E. G. (1993) *Competitividade internacional em uma perspectiva setorial: Uma abordagem a partir da Industria Automobilística Japonesa* - Tese de Mestrado, Instituto de Economia, UNICAMP.

Carvalho, J. P., F. A. Ilharco, M. A. Ferreira e M. U. P. Carvalho (1999) Manual de Pragas e Sintomas do Ataque de Insectos de Ácaros em Citrinos, Publicação no âmbito do projecto PAMAF 6041, co-financiado por DRAALG, ISA e EAN, Oeiras, Estação Agronómica Nacional.

Castañer, M. (1995) *Produccion de Agrios*, Madrid, Ediciones Mundi-Prensa.

Castro, A. M. (2000) *Análise de competitividade de cadeias produtivas*, Embrapa /DPD, Manaus Am. Disponível em: http://www.temasemdebate.cnpem.embrapa.br/textos/anal_compet_cadeias_produtivas_cp.pdf.

Chaves, J. (1980) *A protecção dos citrinos*, Ministério da Agricultura e Pescas, Direcção Regional de Agricultura do Algarve.

Chevassus-Lozza, E. e J. Gallezot (1995) La différenciation des produits dans la compétitivité: le cas de l'agriculture et de l'agro-alimentaire français. In F. Nicolas et E. Valceschini (eds), *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica, 253-263.

Conceição, P.; D. F. Durão; M. Heitor e F. Santos (1998) *Novas Ideias para a Universidade*, Lisboa, IST Press.

Conselleria de Agricultura Pescas y Alimentación / Dirección General de Inovación Agraria y Ganaderia (2001) Plagas de los cítricos más importantes en la Comunidad Valenciana, Apuntes para Cursos de Formación de Agricultores, Valência, Generalitat Valenciana.

Cuadra, F.M. (1994) A teoria da inovação induzida: uma crítica, in *Estudos Sociedade e Agricultura*, 2, Junho 1994: 107-112.

Cunha A. (1999) O Debate Agrícola da OMC, disponível em 05-03-2006, <http://www.agroportal.pt>

Cunha, A. (1999) A Política Agrícola Comum e o Futuro do Mundo Rural, Disponível em 05-03-2006: [http://www.agroportal.pt/..](http://www.agroportal.pt/)

Del Campo F. J. e J. F. Juliá (1996) Os Cítricos Mediterrâneos, in F. J. Del Campo e J.F. Juliá (eds) *Lecturas de Economía Citrícola*, Valência, Universidad Miguel Hernández, 19-26.

Delfosse, C. (1995) L'émergence de deux conceptions de la qualité du fromage dans l'entre-deux-guerres, in F. Nicolas e E. Valcheschini (eds), *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica, 199-208.

Delfosse, C. e M. T. Letablier (1995) Genèse d'une convention de qualité: les appellations d'origine, in G. Allaire et R. Boyer, *La Transformation de l'agriculture*, Paris, INRA - ECONOMICA.

Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa, Lisboa, Academia das Ciências de Lisboa e Fundação Calouste Gulbenkian, Editorial Verbo (2001), vol I:1593.

Dimas, B. (1997) *Panorama Agricultura 2000*, Lisboa, MADRP / GPPAA.

Dosi, G. e L. Orsenigo (1990) Coordination and transformation: an overview of structures, behaviours and change in evolutionary environments, in Dosi G., C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds) *Technical Change and Economic Theory*, London and New York, Pinter Publishers, pp.13-37.

Duarte, A. (1996) Parâmetros de qualidade do fruto, in *CITRINOS* Jan/Fev.1996

Duarte, F. (2005) O Marketing de Produtos Agrícolas: da óptica da produção à óptica do mercado, in Jovens Agricultores, *Marketing e Comercialização de Produtos Agrícolas*, Revista trimestral Out./Nov/Dez.2005, nº64, Lisboa, AJAP, pp-8.

Eymard-Duverney, F. (1989) Conventions de qualité et formes de coordination, in *revue économique* nº 2, Março 1989.

Fanfani, R., S. Gatti, L. Lanini, E. Montresor e F. Pecci (1995) Les systèmes locaux de production et les produits de qualité dans l'industrie de la viande en Italie, in F. Nicolas et E. Valceschini (eds.) *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica, 293 - 308

Fischer, F.(2003) *La Unión Europea, impulsora de una política agrícola favorable al comercio, Postura de la UE en Cancún - Vínculo esencial entre acceso al mercado y especificidad de los productos alimenticios*, Comissão Europeia, Agricultura e Desenvolvimento Rural. Disponível em: http://europa.eu.int/comm/agriculture/external/wto/backgrou/cancun_es.pdf

Food and Agricultural Organization of the United Nations (2006) *Acuerdos sanitarios y fitosanitarios bilaterales recientes relativos al comercio de cítricos*, Comité de Problemas de Produtos Básicos, Grupo Intergovernamental sobre Frutos Cítricos, 14ª reunion, Tel Aviv (Israel) 27-30 de Novembro, FAO

Food and Agricultural Organization of the United Nations (2006) *Citrus Fruit Fresh and Processed*, Annual Statistics 2006. Disponível em: <http://www.fao.org/es/ESC/esce/esce/citrus/citruse.htm>

Food and Agricultural Organization of the United Nations (2006) *Tendências de las políticas sanitárias y fitosanitarias que han afectado al comercio de los cítricos a lo largo del período 1995-2005*. Comité de Problemas de Produtos Básicos, Grupo Intergovernamental sobre Frutos Cítricos, 14ª reunion, Tel Aviv (Israel) 27-30 de Novembro, FAO

Fragata, A. (2003) Da qualidade dos produtos agrícolas tradicionais. Elementos para a sua elaboração social e técnica, in Portela, J. e J. Castro Caldas (eds), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, 449-462.

Franco, J. C., A. P. Ramos e I. Moreira (2006) *Infra-estruturas ecológicas e protecção biológica*, Lisboa, ISAPress

Freeman, C. (1990) Introduction, in Dosi G., C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds) *Technical Change and Economic Theory*, London and New York, Pinter Publishers, pp.38-66.

Freeman, C. e C. Perez (1990) Structural crises of adjustment, business cycles and investment behaviour, in Dosi G., C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds) *Technical Change and Economic Theory*, London and New York, Pinter Publishers, pp.1-8

Freitas, M., A. Marreiros, A. Guerreiro, D. Mouzinho, S. Oliveira (1998) *Estratégias de Organização e Marketing para a Citricultura Algarvia*, Faro, DRAALG.

Fronzaglia, T. e R. Martins, Coordenação de Redes P&D: O caso do sistema de Inovação Sucroalcooleiro, Brasil (S. Paulo), Instituto de Economia Agrícola (IEA) e Agencia Paulista de Tecnologia dos Agronegócios – APTA, disponível em <http://www.coriunicamp.br>.

Graeml, A. R. (1996) Tecnologia Apropriada, in: *Anais XVI ENEGEP* (Encontro Nacional de Engenharia da Produção), Piracicaba, Outubro de 1996.

Hair, J., R. Anderson, R. Tathan e W. Black (1995) *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th edition, New Jersey , Prentice-Hall.

Hayami, Y. e V. Ruttan, (1971) *Agricultural Development: An International Perspective*, Baltimore e London, The Johns Hopkins Press.

Hayami, Y. et V. Ruttan, (1998) *Agriculture e développement une approche internationale*, Paris, INRA.

Henderson, B.(1989) Origens da Estratégia, in C. Montgomery e M. Porter (eds), *Estratégia, a busca da vantagem competitiva*, Rio de Janeiro, Campus.

Houck, J. P. e J. Briz (2000) *Comércio Exterior Agrário, fundamentos y análisis, 2ª edición ampliada com: Ronda Uruguay, Planteamiento Ronda del milénio, Globalización y Competitivid*, Madrid, Ediciones Mundi-Prensa.

IFADAP, *A aplicação dos fundos estruturais no sector agrícola em Portugal no período 1986 a 1993, VolumeVIII – Algarve*, Lisboa, Gabinete de Estudos e Apoio Técnico.

IFADAP, *Síntese dos apoios veiculados pelo IFADAP, 1994 a 1999*, Gabinete de Estudos e Apoio Técnico, Lisboa.

Imbert, E. (2002) Panorama du marché mondial des agrumes: l'évolution singulière des petits agrumes, in Sanchez, C. (eds), *La qualité des agrumes frais et transformés, de nouvelles réponses aux attente de la profission*, Montpellier, France, Cirad-Flhor. Disponível em 28-04-2003, http://www.citrus2002.cirad.fr/comunications_fr.html.

Instituto Nacional de Estatística (1992) *Inquérito Base às Plantações de Árvores de Fruto*, Lisboa, INE.

Instituto Nacional de Estatística (1998) *Inquérito Base às Plantações de Árvores de Fruto*, Lisboa, INE.

Instituto Nacional de Estatística (2001) *Recenseamento Geral da Agricultura 1999,Portugal, Principais Resultados*, Lisboa, INE.

Instituto Nacional de Estatística (2001) *Recenseamento Geral da Agricultura 1999, Algarve, Principais Resultados*, Lisboa, INE.

Instituto Nacional de Estatística (2001) *Recenseamento Geral da Agricultura 1999, Análise de Resultados*, Lisboa, INE.

Instituto Nacional de Estatística (2002) *Inquérito Base às Plantações de Árvores de Fruto*, Lisboa, INE.

Instituto Nacional de Estatística (2003) *Base de Belém 2001*.

Instituto Nacional de Estatística, (DEIS) *Dados Estatísticos – Importações / Exportações / de Frutas por Portugal / Diferentes Países / Continentes (1993-2002)*.

Instituto Nacional de Estatística, (DEIS) *Dados Estatísticos – Importações / Exportações / de Citrinos por Portugal / Diferentes Países / Continentes (1988-2002)*.

Juliá, J. F., G. Garcia, S. Mari (2000) Situación del Sector Citrícola a Nivel Mundial. Una Especial Referencia a la Citricultura, in F. Del Campo e J. F. Juliá (eds), 2002, *Lecturas de Economía Citrícola*, Valência, Universidad Miguel Hernández, 3-17.

Juran, J. M. (1988), *Planejando para a qualidade*, S.Paulo, Pioneira.

Lassaut, B. (1995) Logiques de marques et modèles de la qualité dans les négociations distributeurs- fournisseurs, in Nicolas, F. et E. Valceschini (eds.), *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica, 223 – 233.

Lattin, J., J. D. Carrol e P. E. Green (2003) *Analyzing Multivariate Data*, Toronto, Thomson.

Legaz, F., J. Bañuls e E. Primo Milo (2000) Influencia del abonado en la calidad del fruto, *Levante Agrícola*, 1º trimestre 2000, 12-17.

Letablier, M. T. (1995) Qualité et dynamique d'entreprises. Vers un nouveau modèle d'organisation dans l'industrie laitière, in Nicolas, F. et E. Valceschini (eds), *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica, 155 -166

Lintas, C. (1992) Nutritional aspects of fruit and vegetable consumption, *Options Méditerranéennes*, sér.A/nº19, 79-85.

Madeira, M. E. B. (1995) *Uma análise de competitividade e viabilidade de citrinos do Algarve*, Tese de Mestrado, não publicada, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Agronomia.

MADRP (1994) *Medidas Agro-Ambientais*, Lisboa, IEADR.

MADRP (2001) *Medidas Agro-Ambientais aplicáveis no âmbito do Plano de Desenvolvimento Rural – RURIS*, Lisboa, DGDR

MADRP / DGDR / DGPC (2000) *Protecção Integrada dos Citrinos, Lista dos produtos Fitofarmacêuticos, Níveis Económicos de Ataque* (ao abrigo dos nºs 3 e 4 do Artº 6 da portaria 65/97 de 28 de Janeiro), actualizado a Setembro de 2000.

MADRP / DGDR / INIA / DRAALG (2002) *Produção Integrada de Citrinos – fertilização e outras práticas culturais* – (ao abrigo dos nºs 5 e 6 da Portaria 65/97, de 28 de Janeiro), Oeiras, DGPC.

MADRP / DGPC (1997) *Protecção Integrada dos Citrinos, Lista dos produtos Fitofarmacêuticos, Níveis Económicos de Ataque* (ao abrigo dos nºs 3 e 4 do Artº 6 da portaria 65/97 de 28 de Janeiro) actualizado a Julho de 1997.

Matos, E. F. (2005) *A ligação da escola ao meio como factor de desenvolvimento*. Disponível em 19-03-2007, http://www.ipv.pt/millennium/ect5_beth.htm.

Mattana (1992) Sistema Produtivo

Mazzuz, C. (1996) *Calidad de Frutos Citricos, manual para su gestion desde la recoleccion hasta la expedición*, Barcelona, Coedición de Tecnidex e Ediciones de Horticultura S.L.

Medeiros, R.L. (2007) Inovações Tecnológicas e o Processo de Desenvolvimento Económico, *Análise*, Porto Alegre, v.18, n.1, pp.51-63, Jan/Jun 2007

Mintzberg, H. (1987) A Criação Artesanal de Estratégia, in C. Montgomery e M. Porter (eds), *Estratégia, a busca da vantagem competitiva*, Rio de Janeiro, Campus, 419-437.

Mintzberg, H. e B. Quinn (eds), 1998, *O Processo da Estratégia*, Porto Alegre, 2001, Bookman.

Mormont, M. et G. Van Huylenbroeck (2001) *À la recherche de la qualité: Analyses socioéconomiques sur les nouvelles filières agroalimentaires*, Liège, Editions de l'Université de Liège.

Nascimento, M. J. (2005) Certificação do produto alimentar é vantajosa, in *Jornal da Qualidade*, Edição nº4, 1-2, Dossiês especiais (parte integrante da edição nº 1708 do Expresso de 23 de Julho 2005).

Nefussi J. e J. B. Philipot (1995) Qualité, compétitivité et outils de coordination. Une Comparaison France-Danemark. In F. Nicolas et E. Valceschini (eds.), *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica, 309 – 319.

Neves, M. F., F. Lopes, R. M. Rossi e P. Melo (2004) Metodologias de análise de cadeias Agroindustriais: Aplicação para Citros. Disponível em: http://www.abecitrus.com.br/estudos_br.html.

Nicolle C. e C. Rémésy (2002) Fruits et légumes et nutrition préventive, in *Qualité des agrumes frais et transformés, de nouvelles réponses aux attentes de la profession*, Montpellier, France, Cirad-Flhor. Disponível em 28/04/2003, http://www.citrus2002.cirad.fr/comunications_fr.html.

Ohmae, K. (1988) Voltando à Estratégia, in Montgomery C. e M. Porter (eds), *Estratégia, a busca da vantagem competitiva*, Rio de Janeiro, Campus, 67-81

Oliveira Marques, A. H. (1993) História de Portugal, desde os Tempos mais antigos até ao governo do Sr. Marcelo Caetano, 2ª edição, Lisboa, Edições ÁGORA.

Oliveira, D. P. R. (2007) *Administração Estratégica na Prática*, S. Paulo, ATLAS.

Parlamento Europeu, *A Política de Mercados Agrícolas - organizações de mercados agrícolas - Organizações Comuns de Mercado (OCM): Conceção geral* (Fichas Técnicas-4.1.3). Disponível em 29/03/2003 no http://www.europarl.eu.int/factsheets/4_1_3_pt.htm (ficha 88)

Pestana, M. H. e J. N. Gageiro (2003) *Análise de Dados para Ciências Sociais – A complementaridade do SPSS*, Lisboa, Edições Sílabo.

Pinho, L. M. F. (2001) *Estratégia Empresarial – O caso do sector vitivinícola do Ribatejo*, Lisboa, Edições Sílabo.

Planells, J. (2003) La calidad como objetivo de la agricultura y el cooperativismo valenciano ante el futuro, in I. Juliá e S. Izquierdo (eds), *Agricultura y Cooperativismo*, Valência, UTECO, 71-91.

Planes, S. (1971) *Plagas del Campo*, Madrid, Ministério de Agricultura.

Porter, M. (1979) Como as Forças Competitivas Moldam a Estratégia, in C. Montgomery e M. Porter (eds), *Estratégia, a busca da vantagem competitiva*, Rio de Janeiro, Campus.

Porter, M. (1980a) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York, The Free Press.

Porter, M. (1980b) *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York, The Free Press.

Porter, M. (1990) A Vantagem Competitiva das Nações, in C. Montgomery e M. Porter (eds), *Estratégia, a busca da vantagem competitiva*, Rio de Janeiro, Campus, 145-179.

Porter, M. (1992) *Vantagem competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior* (7ª edição) - tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga; revisão técnica de Jorge A. Garcia Gomez – Rio de Janeiro, Campus.

Possas, M. S. (1993) *Concorrência e Competitividade - notas sobre estratégia e dinâmica seletiva na economia capitalista*, Campinas, UNICAMP/Instituto de Economia, Tese de Doutorado.

Previdi, E. (1994) La Qualité Alimentaire dans L'Europe Communautaire, avant et après 1993, in Multon, J.-L. (coord), *La Qualité des Produits Alimentaires, politique, incitations, gestion et contrôle*, Paris, Technique & Documentation - Lavoisier, 336-349.

Quivy, R. e L. V. Camperhoudt (1992) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva.

Ramos, N. e J. Entrudo Fernandes (2000) Contribuição para a prospecção de Tisanópteros em citrinos no Algarve, in *Livro de Actas do Congresso Nacional de Citricultura*, Faro, 16 a 18 de Novembro de 2000, Auditório da Universidade do Algarve, 591-599.

Regulamento (CE) nº 1432/2003 da Comissão de 11 de Agosto de 2003 que estabelece as regras de execução do Regulamento (CE) nº 2200/96 do Conselho no que respeita ao reconhecimento das Organizações de Produtores e ao Pré-reconhecimento dos agrupamentos de produtores. Jornal Oficial das Comunidades Europeias de 12/08/2003

Regulamento (CE) nº 2200/96 do Conselho de 28 de Outubro de 1996 que estabelece a organização comum de mercado no sector das frutas e produtos hortícolas, Jornal Oficial das Comunidades Europeias de 21/11/96

Regulamento (CEE) nº1035/72 do Conselho de 18 de Maio de 1972, que estabelece a organização comum de mercado no sector das frutas e produtos hortícolas, Jornal Oficial das Comunidades Europeias de 20/05/72

Reynes, M. (2002) Contraintes et perspectives pour les traitement des jus d'agrumes in Sanchez, C. (eds), *La qualité des agrumes frais et transformés, de nouvelles réponses aux attentes de la profession*, Montpellier, France, Cirad-Flhor. Disponível em 28-04-2003, http://www.citrus2002.cirad.fr/comunications_fr.html

Rivera Vilas, L. M. (1995) *Gestion de la calidad agroalimentaria*, Madrid, Coedición Mundi-Prensa e A. Madrid Vicente.

Rodrigues, C. L. S. (2000) *Avaliação económica da Luta Química Aconselhada e da Protecção Integrada em citrinos no Algarve e 1997 e 1998*, Faro, Universidade do Algarve, Relatório de Estágio do Curso de Licenciatura em Engenharia Agronómica – Ramo Hotofruticultura.

Rolo, J. A. C. (1995) *Produção Final, Consumo Intermédio e Valor Acrescentado Bruto por actividades da Agricultura e da Silvicultura em “1990”: Ensaio de Regionalização para o Continente Português* (resultados por regiões e zonas agrárias), Lisboa, Instituto Nacional de Investigação Agrária.

Romeiro, A. D. (1991) Dinâmica de introdução de inovações na agricultura: Uma crítica à abordagem neoclássica, in *Revista de Economia Política*, vol.11, nº 1 (41), Janeiro - Março / 1991: 43-55.

Rosenberg, N. (1995) *Inside the black box: Technology and economics*, 8ª Edição, Cambridge University Press.

Rutos (1991) La calidad de los frutos citricos, in *AGRICOLA VERGEL/1991*, pp186-188

Ruttan, V. (2001) *Tecnology, Growth, and Development, an Induced Innovation Perspective*, New York, Oxford University Press

Sabino, J. (2001) Les besoins de la consommation moderne. In *Conservation et transformation des fruits: nouveaux enjeux, nouvelles techniques*, Montpellier-France, Cirad-Flhor. Disponível em 28-04-2003, <http://technofruits2001.cirad.fr/resumes.htm>

Sainte-Marie, C., J-A Prost, F. Casabianca F., e E. Casalta (1995) La Construction Social de la Qualité, Enjeux autour de l'Appellation d'Origine Contrôlée «Brocciu Corse», in F. Nicolas.e E. Valcheschini (eds), *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica, 185-197.

Salette, J. (2000) *Les Agrumes*, Séance animé. Disponível em 09-04-2003, <http://www.inra.fr/Internet/Hebergement/AAF/Cr/2000/numero8.htm>.

Santos, F. (1993) *Estratégia e Competitividade: Qualidade Global, Benchmarking, Gestão baseada nas actividades, Reengineering, Estratégias relacionadas*, 2ª edição revista e ampliada, AGESFAL, Quarta Vaga – Apoio ao Desenvolvimento Avançado de Gestão, Lda.

Schumpeter, J. A. (1954) *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*. Payot, Paris, Bibliothèque Économique.

Schumpeter, J. A. (1988) *Teoria do Desenvolvimento Económico, Uma Investigação Sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e Ciclo Económico*. 3ª Edição, S. Paulo, Nova Cultural.

Schumpeter, J. A. (1996) *Ensaio: Empresários, Inovação, Ciclos de Negócio e Evolução do Capitalismo*, Lisboa, Celta Editora.

Shikida, P.F.A. e A. Lopez (1997) A questão da mudança tecnológica e o enfoque neoclássico. *Teoria e Evidência Económica*, v.5, n.9, pp79-90, Maio 1997.

Shikida, P.F.A. e C. Bacha (1998) Notas sobre o modelo Schumpeteriano e suas principais correntes de pensamento. *Teoria e Evidência Económica, Passo Fundo*, v.5, n.10, pp107-126, Maio 1998.

Silva, M. S. (1993) *Forais de Silves*, Silves, Câmara Municipal de Silves.

Siman, R. F., O. Conceição, E. Filippi (2006) A economia institucional: em busca de uma teoria do desenvolvimento rural, *Perspectiva Económica*; v.2, n.2, 37-55. Jul./Dez.2006.

Sylvander, B. (1995) Conventions de qualité, marchés et institutions: le cas des Produits de Qualité Spécifique, in F. Nicolas et E. Valceschini (eds.), *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica, 167-183

Sylvander, B. e B. Lassaut (1994) L'enjeu économique de la qualité sur les marchés des produits agro-alimentaires, in Multon, J.-L. (eds), *La Qualité des Produits Alimentaires, politique, incitations gestion et contrôle* (2º édition refondue), Paris, Technique & Documentation-Lavoisier, 30-57.

Sylvander, B. e I. Melet (1992) *Marchés des produits de qualité spécifique et conventions de qualité dans quatre pays de la CEE - Enquête de consommation*. INRA (Département d'Economie et Sociologie Rurales, centre de Toulouse), Ministère de l'Agriculture et de la Pêche e Ministère de L'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Sylvander, B. e I. Melet (1992) *Marchés des produits de qualité spécifique et conventions de qualité dans quatre pays de la CEE – Enquête de Consommation*, INRA (Département d'Economie et Sociologie Rurales, Centre de Toulouse), Ministère de l'Agriculture et de la Pêche et Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Teixeira, S. (1998) *Gestão das Organizações*, Lisboa, Editora McGraw-Hill de Portugal Lda

Thiébaud, L. (1995) Environnement, agro-alimentaire et qualité, in F. Nicolas, et E. Valceschini (eds.) *Agro-alimentaire une économie de la qualité*, Paris, INRA-Economica.

Van der Monde, F. (2002) Evolution de la demande en agrumes frais, in Sanchez, C. (eds), *La qualité des agrumes frais et transformés, de nouvelles réponses aux attentes de la profession*, Montpellier, France, Cirad-Flhor. Disponível em 28-04-2003, http://www.citrus2002.cirad.fr/comunications_fr.html.

Vicente P., E. Reis e F. Ferrão (1996) *Sondagens, a amostragem como factor decisivo da qualidade*. Lisboa, Edições Sílabo.

Xavier, G.L. (2005) Centros tecnológicos levam empresas a inovar, in: Fórum Empresarial, *Investigação e desenvolvimento, I&D: A Aposta para vencer o atraso*, Outubro 2005, ano IX, nº 109, Linha Editorial (parte integrante do Jornal Público de 31 de Outubro de 2005).