

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - PPGA
CURSO DE MESTRADO

**ANÁLISE COMPETITIVA NA CADEIA PRODUTIVA DA UVA
ORGÂNICA EM UMA VINÍCOLA DA SERRA GAUCHA ATRAVÉS
DA MAP (MATRIZ DE ANÁLISE DE POLÍTICA)**

LEANDRO NICARETTA

CAXIAS DO SUL
JUNHO 2014

LEANDRO NICARETTA

**ANÁLISE COMPETITIVA NA CADEIA PRODUTIVA DA UVA
ORGÂNICA EM UMA VINÍCOLA DA SERRA GAÚCHA ATRAVÉS
DA MAP (MATRIZ DE ANÁLISE DE POLÍTICA)**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Administração.
Área de concentração: Administração da Produção.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Cunha Malafaia

CAXIAS DO SUL

JUNHO 2014

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
UCS - BICE - Processamento Técnico

N583a Nicaretta, Leandro
Análise competitiva na cadeia produtiva da uva orgânica em uma vinícola da serra gaúcha através do MAP (Matriz de Análise de Política) / Leandro Nicaretta. – . 2014.
108 f. : il.; 30 cm

Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2014.
Orientação: Prof. Dr. Guilherme Cunha Malafaia.

1. Administração da produção. 2. Uva – Cultivo. 3. Vinicultura - Região da Serra Gaúcha (RS). 4. Produtividade agrícola. 5. Agricultura orgânica.
I. Título.

CDU 2.ed. : 658.5

Índice para o catálogo sistemático:

1. Administração da produção	658.5
2. Uva – Cultivo	634.8
3. Vinicultura – Região da Serra Gaúcha (RS)	663.25(816.5)
4. Produtividade agrícola	631.15
5. Agricultura orgânica	631.147

Catalogação na fonte elaborada pela bibliotecária
Márcia Servi Gonçalves – CRB 10/1500

“Análise Competitiva da Cadeia Produtiva da Uva Orgânica em uma Vinícola da Serra Gaúcha através da MAP (Matriz de Análise de Políticas)”

Leandro Nicaretta

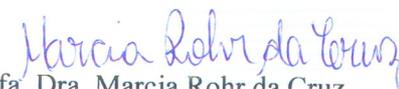
Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Administração, Área de Concentração: Administração da Produção

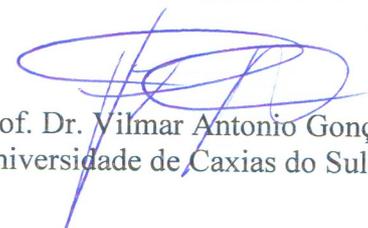
Caxias do Sul, 26 de junho de 2014.

Banca Examinadora:


Prof. Dr. Guilherme Cunha Malafaia (Orientador)
Universidade de Caxias do Sul


Profa. Dra. Maria Emilia Camargo
Universidade de Caxias do Sul


Profa. Dra. Marcia Rohr da Cruz
Faculdade Anhanguera de Caxias do Sul


Prof. Dr. Vilmar Antonio Gonçalves Tondolo
Universidade de Caxias do Sul

LEANDRO NICARETTA

**ANÁLISE COMPETITIVA NA CADEIA PRODUTIVA DA UVA
ORGÂNICA EM UMA VINÍCOLA DA SERRA GAÚCHA ATRAVÉS
DA MAP (MATRIZ DE ANÁLISE DE POLÍTICA)**

Aprovado em.....de.....de.....

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Guilherme Cunha Malafaia – UCS

Prof. Dr. Vilmar Tondolo – UCS

Prof^a. Dra. Maria Emilia Camargo – UCS

Prof^a. Dra. Marcia Rohr da Cruz – Anhanguera

EPIGRAFE

“As empresas nunca podem parar de aprender sobre o setor em que atuam, suas rivais ou formas de melhorar ou modificar sua posição competitiva”. (Michael Porter).

RESUMO

Este estudo teve o objetivo de através da MAP analisar a competitividade da uva orgânica em relação a sua cadeia produtiva e as maneiras de calcular os custos e ser utilizado como diferencial de negócio para os produtores. Dentro da evolução da cadeia da uva orgânica existem duas alternativas de produto, sendo que uma delas é a produção convencional, que demonstra perda de espaço para a produção orgânica. Produção esta que tem se mostrado mais rentável para os produtores. Dessa forma, a análise de competitividade da cadeia da uva orgânica teve como finalidade apresentar a MAP como método quantitativo destinado a medir o impacto das políticas, a lucratividade e a eficiência, de uma vinícola da serra gaúcha apresentando a existência de viabilidade econômica na região, grande produtora da variedade orgânica do produto. Dentre os principais resultados está preço pago pelo pela iniciativa privada segundo a avaliação realizada nesta pesquisa através da MAP apresentou os seguintes valores R\$1,95 ao quilo e no cenário público social obtivemos R\$ 2,30 apresentando uma diferença de 0,35 centavos por quilo, remunerando de maneira inferior o produto no mercado. Mesmo a cadeia como um todo apresentar um resultado positivo um Lucro Privado de R\$ R\$ 30.704,75 e coeficiente de lucratividade de 1,63 que representa ser um índice bastante aceitável para a cadeia em questão.

Palavras-chave: Cadeia da uva orgânica. Viabilidade. Competitividade.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the MAP through the competitiveness of organic grapes in relation to its supply chain and ways to calculate costs and be used as a business differentiator for producers. Within the evolution of the organic grape chain there are two product alternatives, one of which is the conventional production, demonstrating loss of space for organic production. This production has been more profitable for producers. Thus, the analysis of competitiveness of organic grape chain aimed to present the MAP as a quantitative method to measure the impact of policies, profitability and efficiency, a winery in Serra gaúcha showing the existence of economic viability in the region, major producer of organic product variety. Among the main results is the price paid by the private sector according to the evaluation conducted in this study through MAP showed the following values R \$ 1.95 to the pound and public social scene obtained R \$ 2.30 showing a difference of 0.35 cents per pound, paying way below the product to market. Even the chain as a whole present a positive result one Private Profit of R \$ R \$ 30,704.75 and profitability coefficient of 1.63 which is quite acceptable to be an index to the string in question.

Keywords: Chain of organic grape. Viability. Competitiveness.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Consumo de uva in natura	22
Figura 2 - produção de vinhos, sucos e derivados no RS.....	23
Figura 3 - comercialização de vinhos e de suco de uva no RS.....	24
Figura 4 - Forças Competitivas	27
Figura 5 - Fluxograma dos modelos de estruturas usados nas matrizes contábeis da MAP	68

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Contabilidade da Matriz de Análise de Políticas	50
Quadro 2 - Matriz de análise de políticas e indicadores.....	63
Quadro 3 - Matriz de análise de política expandida	66
Quadro 4 - Cálculo do custo total da cadeia.....	73
Quadro 5 - 1º elo da cadeia.....	74
Quadro 6 - 2º Elo da cadeia	76
Quadro 7 - 3º Elo	77
Quadro 8 - O 4 Elo	78
Quadro 9 - Custo de formação de 1 hectare do pomar de UVA ORGÂNICA.....	80
Quadro 10 - Lucros e custos privados e sociais das atividades.....	83
Quadro 11 - Matriz de contabilidade do sistema.....	84
Quadro 12 – Indicadores privados e sociais do sistema	86

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APL – Arranjo Produtivo Local
CEA – Centros de Estudos Agrícolas
CGIAR - Grupo Consultivo de Pesquisa Agrícola Internacional
CIDE – Contribuição de Intervenção do Domínio Econômico
CIF - *Coast Insurance Freight*
CL – Coeficiente da Lucratividade
COFINS – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CPE – Coeficiente de Proteção Efetiva
CPN – Coeficiente de Proteção Nominal
CRD – Custo dos Recursos Domésticos
CSLL – Contribuição Social sobre Lucro Líquido
EloP – Elo Privado
EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EloS – Elo Social
FAS – *Free Alongside Ship*
FC – Fator de Conversão
FGTS – Fundo de Garantia de Tempo de Serviço
FGV – Fundação Getúlio Vargas
FOB – *Free on Board*
GAAT – *General Agreement on Tariffs and Trade*
IBRE – Instituto Brasileiro de Economia
ICMS – Imposto do Comércio sobre Mercadoria e Serviço
IPI – Imposto de Produto Industrializado
IPTU – Imposto de Predial e Territorial Urbano
IPVA – Imposto de Propriedade de Veículos Automotores
IRGA – Instituto Rio Grandense do Arroz
IRPF – Imposto de Renda de Pessoa Física
IRPJ – Imposto de Renda de Pessoa Jurídica
ISS – Imposto Sobre Serviços
LP – Lucro Privado
LS – Lucro Social
MAP - Matriz de Análise de Política

PAM – *Policy Analysis Matrix* (Matriz de Análise de Política)

PIS – Programa de Integração Social

RCP – Razão do Custo Privado

RLS – Razão da Lucratividade Social

RLT – Razão Líquida de Transferência

TJLP – Taxa de Juros Longo Prazo

TLP – Transferência Líquida das Políticas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Problematização.....	16
1.1.1 O cenário do consumo de produtos derivados da produção orgânica	17
1.1.2 Estrutura do mercado de produtos orgânicos	18
1.1.3 Vitivinicultura atual.....	22
1.1.4 Diversificação na produção convencional gerando competitividade	25
1.1.5 Importância da competitividade e da análise de políticas públicas	29
1.1.6 Apresentação dos dados a partir dos objetivos.....	32
1.2 Objetivos.....	33
1.2.1 Objetivo geral	33
1.2.2 Objetivos específicos	33
1.3 Justificativa.....	33
2 REFERENCIAL TEÓRICO	37
2.1 Cadeia produtiva.....	37
2.2 Mesoanálise competitiva das cadeias	39
2.3 Importância da competitividade e da análise de políticas públicas.....	42
2.4 Competitividade na cadeia dos produtos orgânicos	44
2.5 Conceituando MAP e suas funções	45
2.5.1 Tipos de estudos com a MAP	45
2.5.2 Resultados das políticas públicas com a MAP	47
2.5.3 Pontos positivos e negativos no uso MAP	54
2.5.3 Indicadores de eficiência econômica e competitividade da cadeia pela MAP	56
2.6 Comparações entre sistemas agrícolas	59
2.7 Motivação do estudo.....	59
3 METODOLOGIA.....	60
3.1 Atividades de pesquisa	60
3.2 População e amostra	61
3.3 Etapas da pesquisa	61
3.3.1 Cálculo do valor Privado	62
3.3.2 Cálculo do valor público ou valor social	64
3.3.3 Identificando divergências.....	64
3.4 Coleta de dados.....	69
3.5 Tratamento dos dados.....	70
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	73
4.1 Custo total da cadeia.....	73

4.1.1 Análise por elos	74
4.2 Lucros e custos privados e sociais das atividades	82
4.3 Indicadores Privados e Sociais do Sistema	84
4.4 Indicadores de competitividade para a cadeia da uva orgânica.....	86
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
5.1 Estudos Futuros	88
5.2 Limitações de Estudo	88
REFERÊNCIAS	90
GLOSSÁRIO	104

1 INTRODUÇÃO

O consumo de alimentos e bebidas está mudando rapidamente nos dias de hoje, como resultado de questões de expansão e sustentabilidade, os apontamentos com relação ao seu aspecto nutritivo e também questões relacionadas à saúde. Consumindo produtos orgânicos somente não nos torna mais saudáveis, mas, como afirmam Alföldi *et al* (2006), produtos orgânicos são importantes para uma dieta saudável com sustentabilidade.

A utilização de áreas para a agricultura orgânica no mundo teve um acréscimo 1,9 milhões de hectares de 2006 para 2007. Dentro deste mesmo período, a área utilizada para a agricultura orgânica na América Latina apresentou um crescimento de sua área produtora de 28% (WILLER; KLICHER, 2009). Em seus estudos a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – APEX, em 2007 o mercado mundial de produtos orgânicos movimentou cerca de 80 bilhões de reais, devendo atingir a marca de 120 bilhões de reais até 2010.

Dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) apontam que, a produção orgânica do total de 120 bilhões, a participação brasileira equivale a 250 milhões de reais, devendo ser ampliada para três bilhões de reais em dois anos (ASSOCIAÇÃO PARANAENSE DE SUPERMERCADOS, 2009).

Incentivados pelo crescimento do mercado de orgânicos, os estudos estão sendo realizados na intenção de entender o consumidor deste tipo de gênero alimentício (SHEPHERD; MAGNUSSON; SJÖDÉN, 2005; TSAKIRIDOU *et al*, 2008).

A uva orgânica, seja ela *in natura* ou processada, é considerada um produto oriundo da agricultura orgânica, ou seja, cultivado através dos princípios e normas específicas da produção agropecuária ou industrial orgânica. De acordo com a IFOAM – Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica (2009), a agricultura orgânica é um processo de produção que busca qualidade e a sanidade do solo, da população e dos ecossistemas, usando controladores ou defensivos de origem orgânica (naturais), não utilizando agrotóxicos, fertilizantes e pesticidas. O produtor deve estar restrito as normas em todas as fases de preparação e produção, sempre preservando o meio ambiente.

Acompanhando as tendências do mercado mundial, o consumidor nacional passou a valorizar cada vez mais aqueles alimentos produzidos em sistemas que estabeleçam um comprometimento com o meio ambiente, da saúde do produtor e da estrutura de produção, sempre valorizando a relação consumidor/produtor, com um resultado de produção que atenda

aos requisitos de segurança alimentar (HARKER, 2003; MARS, 2003; SKURAS; DIMARA, 2003). Para Mars (2003) a evolução dos sistemas de produção integrada, orgânica, biodinâmica, agroecológica e participativa de alimentos.

A alimentação mais saudável tem estimulado o surgimento de diferentes métodos de produção de alimentos dentre os quais se destaca a produção orgânica. Segundo os dados do setor, o mercado apresenta uma taxa de crescimento de 20% ao ano no país (BRASIL, 2012). O processo de produção orgânica também está presente na vitivinicultura, no Rio Grande do Sul, a Emater-RS tem acompanhado a produção orgânica de uvas e, segundo dados extraoficiais levantados, a área de produção de uva orgânica no Estado passou de 90 ha, em 2005, para 517 ha, em 2011. No mesmo período, o aumento da produção passou de 1.000 t para 7.000 t, sendo que a maior parte desta uva foi destinada à produção de suco de uva e vinhos (CAMARGO, 2011).

A investida comercial das atividades vitícolas e enológica brasileira são relativamente incipientes quando comparadas aos principais países vitivinícolas. Esta é uma das razões do consumo de uvas, sucos, vinhos e outros produtos derivados ainda serem menores aos registrados em outros mercados. O crescimento da simpatia dos consumidores por esses produtos, incentivados principalmente pelos benefícios à saúde, abre significativo espaço para o aumento da demanda e, conseqüentemente do potencial do mercado da uva, tanto em escala local, quanto regional e nacional (BORGES, 2011).

O mercado de uvas tem sua produção convencional baseado no cultivo que utiliza agrotóxicos para controle de pragas e fungos. Este método de produção apresenta produtividade melhorada se comparada com o método orgânico. Odum (1988) salienta que os organismos vivos e o seu ambiente não vivo estão inseparavelmente inter-relacionados interagindo entre si.

Por outro lado, a realidade em termos de produção de uva, na medida em que desenvolve e evolui, trabalha com práticas agrícolas, desenvolvidas na maioria das vezes pelo método convencional e, em muitas vezes, distantes da realidade. O manejo e utilização de agrotóxicos tem criado um passivo ambiental como: contaminação do solo, da água, dos animais, do homem, além do desequilíbrio biológico alterando a absorção dos nutrientes e de material orgânico que reduz a biodiversidade.

As duas formas de cultivo apresentadas tem resultados diferentes em termos produtivos, mas os valores pagos pelo quilo do produto orgânico têm valores mais lucrativos, mas sua produtividade é menor, já no método convencional temos mais produtividade e menos valor recebido por quilo.

Na sequência o trabalho apresenta conceitos teóricos que diferenciam os dois métodos de produção da uva, como principais deste estudo: a cadeia produtiva da uva orgânica analisada pela MAP (matriz de análise de política), tem como balizador seus custos e insumos utilizados de maneira diferenciada em relação a uva produzida de maneira convencional, essa conceituação da análise foi apresentada dentro do referencial teórico. Na sequência faz uma previsão das ações que o pesquisador realizou para a conclusão da dissertação e do mestrado. No final deste estudo estão as referências bibliográficas utilizadas para a realização da dissertação.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

A comercialização de uvas e derivados tem seu preço definido pelo Ministério da Agricultura, dentro destes grandes desafios as decisões do setor privado decorrem principalmente dos sinais de preços dos insumos, custos dos fatores de produção e dos produtos finais destas cadeias. Com a abertura da economia e da globalização dos mercados estes sinais passaram a ser críticos para os empresários distribuírem seus recursos de forma eficiente nos processos de produção e industrialização no setor agroalimentar.

A atual queda dos valores recebidos aponta para uma conjuntura que necessita ser melhorada para que não haja desinteresse pela cultura, sendo que neste processo surge uma das alternativas para melhorar o desempenho do valor recebido pelos produtos derivados da uva, que seria a produção orgânica, melhor remunerada pelos consumidores. A produção mundial é de 150.000 hectares de uvas orgânicas que foram produzidas mundialmente em 2008, registrando assim um aumento de vinte e um por cento em comparação com os dados de 2007. Segundo os números divulgados pelo último levantamento da FiBL/IFOAM (2011), os países com maiores áreas plantadas de uva orgânica são a Itália, Espanha e França. Esses dados mais recentes da uva foram compilados através da pesquisa anual sobre a agricultura orgânica em todo o mundo.

Segundo Hoppe et al. (2010), o estudo do comportamento do consumidor de produtos orgânicos é fundamental ao desenvolvimento de ações que possam contribuir para o crescimento sustentável da agricultura, incentivando todos os agentes da cadeia produtiva, desde o produtor até o consumidor final. Analisar o conhecimento sobre produtos orgânicos, suas crenças e as atitudes que orientam o processo de decisão de aquisição do consumidor tornou-se tarefa importante para a definição de táticas inclusas neste negócio.

Porém, Balerini (2005) comenta em seu estudo que consumidores de produtos orgânicos podem ser divididos em dois grupos, os que compram em supermercados e os que optam pela compra em feiras orgânicas. O segundo grupo composto por consumidores com maior exigência, mais bem informadas e de idade mais avançada.

O mercado da uva tem sua cadeia dividida dependendo do modelo de produção, a definição do tipo de uva a ser produzido aponta para diferentes públicos e padrões de comercialização diferenciados. A expansão deste consumo traz aspectos que diferenciam os procedimentos internos da cadeia, e como finalidade um retorno maior por quilo de produto produzido.

1.1.1 O cenário do consumo de produtos derivados da produção orgânica

A produção de alimentos orgânicos vem crescendo nos últimos anos. Segundo a Federação Internacional de Agricultura Orgânica (IFOAM), a agricultura orgânica diferencia-se da tradicional por se tratar de um sistema de produção que sustenta a saúde dos solos, os ecossistemas e as pessoas. Consiste em procedimentos ecológicos. E as etapas de plantio são adaptadas às condições locais, ao invés de aplicarem insumos com efeitos nocivos. Além disso harmoniza tradição, inovação e ciência para enriquecer o meio ambiente e promover relações corretas e uma boa qualidade de vida aos envolvidos (IFOAM, 2011).

O mercado de orgânicos incorpora-se aos produtos frescos, processados, industrializados e até artigos de cuidados pessoais, produzidos com matérias-primas obtidas sob o sistema orgânico (GUIVANT, 2003). O consumo evolui a medida que a qualidade e a confiabilidade sobre os processos certificam a originalidade e sabor.

De acordo com Souza e Alcântara (2003) nos últimos anos houve um incremento significativo de tecnologias que tinham por objetivo maior adicionar mais valor aos produtos, e oferecer ao consumidor produtos diferenciados.

Assim, ao mesmo tempo em que se procurava atender uma demanda alimentar, ocorre uma tendência em incorporar a esse padrão de produção outros conceitos, entre os quais o de respeito ao meio ambiente e das consequências de utilização de produtos agroquímicos na saúde humana (KHATOUNIAN, 2001).

Os estudos sobre os diferentes processos na agricultura ecológica surgiram pelo mundo com diferentes sistemas que irão distribuir os conceitos básicos da utilização de práticas agricultáveis mais naturais com menos prejuízos ambientais, como a Agricultura

Orgânica, Agricultura Natural, Agricultura Biológica, Agricultura Biodinâmica e Agroecológica (PENTEADO, 2000).

O Brasil tem seu começo na agricultura orgânica no Estado de São Paulo no início da década de 70, no momento de maior consumo de insumos químicos. Já na década de 80 o movimento orgânico ganhou força com a criação da Associação de Agricultura Orgânica (AAO), intensificando os procedimentos, normas de regularização e da produção, dos produtores e colaboradores envolvidos no processo (GIOVANNINI, 2001).

A busca dos consumidores pelo consumo saudável e por produtos com menos resíduos químicos, com certificados de procedência, seguindo a proposição de justiça social, fazem da agricultura orgânica uma opção muito viável à agricultura familiar e ao movimento ambientalista (KHATOUNIAN, 2001).

O argumento orgânico ganhou intensidade segundo Darolt (2003) estima que o Brasil tenha uma área aproximada de 775.500 hectares certificados (contabilizando 500.000 hectares de pastagens recém-certificadas no estado do Mato Grosso), e 14.866 produtores. Os estados que apresentam destaque no desenvolvimento orgânico são os seguintes, São Paulo, Paraná, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Espírito Santo sendo responsáveis por 70% da produção orgânica brasileira.

O provimento do mercado interno é alimentado principalmente por produtos “*in natura*”, como verduras, legumes e frutas, com incremento da oferta de produtos industrializados, produtos de panificação, sucos, grãos, produtos lácteos e seus derivados. Um dos pontos a ser destacado é que o mercado de produtos orgânicos é considerado um nicho, representando de 1% a 2% do mercado total de alimentos (DAROLT, 2003).

1.1.2 Estrutura do mercado de produtos orgânicos

O processo de comercialização constitui um dos principais entraves ao desenvolvimento da agricultura orgânica. A criação e manutenção dos canais de comercialização dependem da diversificação, padronização de produtos e regularidade na oferta da produção. Algumas indústrias especializadas na produção com uva convencional vêm utilizando o canal convencional com a fruta orgânica e industrializando o que demonstra mudança nas grandes redes supermercadistas que despertaram para esse novo perfil de consumidor.

DAROLT (2001) comprovou em pesquisa realizada em Curitiba no estado do Paraná, que os consumidores estariam dispostos a comprar produtos orgânicos se houvesse maior

isonomia, diversidade e quantidades dos produtos. Outro aspecto que prejudica a comercialização diz respeito à disponibilidade dos produtos nos grandes centros varejistas, como supermercados.

Para Darolt (b) e Penteado (2000), a comercialização de produtos orgânicos apresenta três canais que são definidos da seguinte forma:

- I. venda direta ao consumidor: cestas em domicílio, restaurantes, lojas locais, feiras ecológicas e no local de produção;
- II. varejo: supermercados, quitandas, varejões, fruteiras, dentre outros;
- III. atacado: hipermercados, CEASAS, distribuidoras e grandes atacadistas.

Observa-se uma diferente estrutura de comercialização nos grandes centros urbanos do país, com vendas de cestas a domicílio, pontos de vendas em lojas especializadas, supermercados e feiras.

Os supermercados tem apresentado crescimento significativo, atingindo a 40% de vendas de produtos orgânicos, sendo os legumes, verduras e frutas os principais produtos comercializados, com uma crescente procura por produtos processados.

O preço do produto orgânico constitui um limite ao desenvolvimento do setor. Fatores como custo de certificação e produção, referentes à mão de obra e menor rendimento contribuem para o diferencial de preços em relação ao convencional.

Como a comercialização de produtos orgânicos é caracterizada pela oferta de produtos de diferentes procedências, a definição de padrões de certificação e cadastramento dos produtores é fundamental para que se tenha a autenticidade e qualidade asseguradas do produto.

Guivant (2003) aponta que, na América Latina, alguns países possuem mercados internos de produtos orgânicos em expansão, ainda que grande parte da produção seja destinada à exportação. Sendo que, o abastecimento destes mercados se dá por meio de associações de produtores rurais, lojas especializadas, ou de alimentos naturais. E feiras ecológicas estas últimas, apesar do pequeno significado econômico, se tomadas individualmente, são importantes para pequenos produtores e no total representam significativa parcela do mercado de orgânicos.

A evolução do consumo orgânico tem apresentado mudanças e neste cenário, torna-se interessante ressaltar que a incorporação dos alimentos orgânicos no mercado convencional nem sempre é bem vista por alguns membros do movimento de agricultura orgânica, pois exige produção em larga escala, comercialização em redes supermercadistas, elitização do consumo com altos preços. Um novo conceito começa a ser defendido, seria o de manter e

estimular a produção e o consumo de orgânicos em pequena escala, em mercados locais (GUIVANT, 2003).

O incentivo dos governos locais aos pequenos produtores desenvolve um novo padrão de consumo sendo reflexo de uma nova tendência na alimentação saudável. Segundo Krischke; Tomiello (2009), esta nova consciência alimentar pressupõe que a escolha ética de determinado alimento implica no conhecimento de como, onde e de que modo este é produzido e comercializado. Em relação aos alimentos orgânicos a nova consciência tem sido discutida levando em consideração, principalmente, a preocupação com o meio ambiente, com o bem-estar e com um modo de ação política (KRISCHKE; TOMIELLO, 2009).

Segundo Hoppe, et al (2010), o comportamento do consumidor de alimentos está diretamente ligado à sua cultura, à sua família, ao seu ambiente e também à sua realidade econômica. Neste sentido, os mesmos autores afirmam que os alimentos cultivados segundo os princípios da agricultura orgânica representam a crescente preocupação ambiental, além de integrar interesses como a saúde do consumidor e a qualidade do produto.

Para Mintel (2000), o termo orgânico e rótulos orgânicos têm forte apelo emocional junto aos consumidores em termos de bem estar pessoal e de saúde e no contexto mais amplo de benefícios para o meio ambiente.

O valor pago pelo consumidor continua a ser relacionado como a principal razão para não se comprar alimentos orgânicos, apesar de haver uma pequena mudança nesta tendência (MINTEL, 1999; 2000). Na pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) os resultados apontam que os consumidores brasileiros consumiriam mais alimentos orgânicos se tivessem preços mais baixos (74% dos respondentes) e se houvessem mais feiras próximas (20%). Neste estudo podemos concluir que há inter relação, tendo em vista que a diferença de valor de um mesmo produto em relação ao supermercado chegava, em 2010, a 463% (IDEC, 2012). A pesquisa identificou 140 feiras, distribuídas em 22 das 27 capitais avaliadas. O Rio de Janeiro é a cidade com maior número de feiras orgânicas e agroecológicas (25), Brasília possui 20 feiras, seguida por Recife com 18 e Curitiba com 16. Já São Paulo, a maior cidade do país, possui apenas nove feiras. E, Porto Alegre conta com seis feiras (IDEC, 2012).

O conhecimento de como os consumidores de alimentos orgânicos e dos fatores que motivam ou limitam o seu consumo mostra-se vital para promover o desenvolvimento do mercado, de modo a adequá-lo às expectativas e necessidades dos consumidores em termos de produtos e serviços. Já, tais informações contribuem para definir estratégias e demandas de mercado, além de direcionar o processo de propaganda e comunicação, o qual poderia, por

exemplo, divulgar informações mais relevantes para os potenciais consumidores, como a disponibilidade dos produtos e os benefícios da oferta, bem como os métodos e os locais onde obter os produtos (VILASBOAS et al., 2006).

Segundo Foster (2005) jovens mulheres trabalhadoras e mulheres de meia idade estão entre os principais compradores de alimentos orgânicos, possivelmente por serem mais interessadas e bem informadas sobre o assunto e refletirem mais acerca das questões envolvidas. Neste sentido, a falta de informação figura justamente como barreira ao consumo de alimentos orgânicos, além da apresentação do produto e sua disponibilidade (MAKATOUNI, 2002; MINTEL, 2000).

Em relação ao comportamento, o estudo realizado por Hoppe, et al (2010) apontam que: os produtos oriundos da agricultura orgânica, apesar de serem relativamente recentes no contexto brasileiro, possuem alguns consumidores fiéis, que não se consideram *experts* no assunto, mas que confiam nos atributos de crença envolvidos neste tipo de alimento e têm atitude positiva frente ao seu consumo.

Solomon (2002) afirma que as pessoas compram um produto pelo seu significado e não por aquilo que ele faz. É justamente neste contexto que se encaixa a presente pesquisa.

Para Portilho (2008) os consumidores de produtos orgânicos são indivíduos que se autoidentificam como peças importantes no processo de mudança social e ambiental e se autoatribuem responsabilidades e deveres diante da sociedade. A mesma autora afirma que muitas práticas autocentrada que visam o bem estar e a saúde do indivíduo, assim como o engajamento no consumo de alimentos orgânicos, principalmente em feiras certificadas estão vinculadas à autoatribuição de comprometerimentos e responsabilidades no que tange ao contato com a natureza e também em relação às culturas tradicionais (PORTILHO, 2008).

Para Lombardi et al (2007) o consumidor de produtos orgânicos demonstra estar preocupado com o produto em si (marca, certificação, preço). No entanto, atributos como qualidade, sabor, benefícios à saúde e ao meio ambiente estão à frente destas outras categorias de atributos.

Aertens et al (2009) também apontam como fatores que estimulam o consumo de derivados de agricultura orgânica os seguintes aspectos: ambientais, de saúde, segurança, sabor, prazer, novidade, proteção para o bem-estar de todas as pessoas e da natureza, *status* social, entre outros.

A opinião de Singer e Mason (2007) apontam que as pessoas compram produtos orgânicos, pois confiam que os métodos mais naturais de produzir têm mais chances de torná-los saudáveis.

1.1.3 Vitivinicultura atual

A vitivinicultura brasileira está passando por uma transformação. É uma atividade importante para a sustentabilidade da pequena propriedade no Brasil e tem se tornado também importante no desenvolvimento de algumas regiões, na geração de emprego em grandes empreendimentos que produzem uvas de mesa e uvas para processamento. Na principal região produtora de uvas no Brasil, a Serra Gaúcha, a vitivinicultura está fortemente ligada ao turismo. Nos últimos anos, por um lado, a crise econômica mundial, associada ao ingresso de outros países no mercado, dificultou as exportações de uvas de mesa do Vale do São Francisco. Por outro, o excesso de oferta de vinhos no mercado internacional, associado ao aumento do poder aquisitivo dos brasileiros, tem facilitado o ingresso de vinhos importados no país, influenciando fortemente o desempenho da vitivinicultura brasileira.

De acordo com dados disponíveis no portal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), houve em 2012, redução de 0,52% na produção de uvas no Brasil, em relação ao ano de 2011. A maior redução da produção ocorreu no Estado do Paraná (-32,86%). Também ocorreu redução de produção nos Estados da Bahia (-4,80%) e de São Paulo (-0,18%). Nos Estados de Pernambuco, Minas Gerais, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, houve aumento de produção de uvas de 7,71%, 3,09%, 4,64% e 1,29%, respectivamente, em relação ao ano de 2011. Em 2012, a produção de uvas destinadas ao processamento (vinho, suco e derivados) foi de 830,92 milhões de kg, representando 57,07% da produção nacional. O restante da produção (42,93%) foi destinado ao consumo *in natura*, Figura 1.

Figura 1 - Consumo de uva in natura

Estado/Ano	2008	2009	2010	2011	2012*
Pernambuco	162.977	158.515	168.225	208.660	224.758
Bahia	101.787	90.508	78.283	65.435	62.292
Minas Gerais	13.711	11.773	10.590	9.804	10.107
São Paulo	184.930	177.934	177.538	177.227	176.902
Paraná	101.500	102.080	101.900	105.000	70.500
Santa Catarina	58.330	67.546	66.214	67.767	70.909
Rio Grande do Sul	776.027	737.363	692.692	829.589	840.251
Brasil	1.399.262	1.345.719	1.295.442	1.463.481	1.455.809

Fonte: IBGE (2013)

As áreas plantada e colhida de uvas no Brasil apresentaram pequena recuperação em 2012, com aumento de 0,72% e 0,78%, respectivamente, em relação ao ano de 2011 (figura 1 e figura 2). Os maiores aumentos de área aconteceram nos Estados do Paraná e de Santa

Catarina. No Paraná, a área plantada aumentou 3,37% e em Santa Catarina aumentou 3,33%, em 2012. No Estado maior produtor de uvas do Brasil, Rio Grande do Sul, ocorreu aumento da área plantada de apenas 1%, em 2012. Em Pernambuco, a área plantada com videiras sofreu redução de 2,15% e na Bahia, a redução foi de 5% em 2012. Não se dispõe de estatísticas sobre a produção e comercialização nacional de vinhos e suco de uvas (IBGE, 2012).

O Estado do Rio Grande do Sul, responsável por cerca de 90% da produção nacional desses produtos, possui informações relativas à produção de uvas, vinhos e derivados e à comercialização, cuja análise permite ter uma boa aproximação da agroindústria vinícola do país (IBGE, 2012).

A produção de vinhos, sucos e derivados do Rio Grande do Sul, em 2012, foi de 579,31 milhões de litros, 0,09% superior à quantidade produzida em 2011. O maior acréscimo ocorreu na produção de suco de uva concentrado e no mosto de uva (mosto simples). O suco concentrado apresentou aumento de 27,27% e o mosto de uva, um aumento de 20,77%, em relação ao ano de 2011. Considera-se que, normalmente, grande parte do mosto de uva é transformada em suco de uva. Em 2012, a produção de suco de uva integral sofreu redução de 19,19%. Ocorreu aumento na produção de vinhos finos de 4,6% e, redução na produção de vinhos de mesa em 17,48% (IBGE, 2012).

A Figura 2 apresenta a produção de vinhos, sucos e derivados do Rio Grande do Sul, em litros.

Figura 2 - produção de vinhos, sucos e derivados no RS

PRODUÇÃO	2008	2009	2010	2011	2012*
Vinho de mesa	287.506.811	205.399.206	195.267.979	257.840.749	212.777.037
Tinto	241.057.928	164.124.454	157.290.088	210.113.358	175.875.432
Branco	42.942.053	39.211.278	35.408.083	46.007.504	34.938.249
Rosado	3.506.830	2.063.474	2.569.809	1.719.887	1.963.356
Vinho fino	47.334.502	39.900.568	24.805.713	47.598.471	49.787.016
Tinto	27.583.032	18.209.043	11.401.406	24.104.740	24.030.589
Branco	18.812.571	21.366.975	13.013.027	22.739.426	25.230.524
Rosado	938.898	324.550	391.280	754.305	525.903
Suco de uva integral	11.817.941	16.034.003	26.887.259	39.487.800	31.908.829
Suco concentrado**	115.073.230	115.032.285	116.193.425	147.821.620	188.129.275
Mosto simples	53.683.415	53.418.555	45.912.040	77.285.998	93.341.575
Outros derivados	5.959.360	4.043.975	5.298.716	8.774.925	3.365.288
TOTAL	521.375.259	433.828.592	414.365.132	578.809.563	579.309.020

Fonte: União Brasileira de Vitivinicultura, Instituto Brasileiro do Vinho (2012)

O Rio Grande do Sul, em 2012, apresentou redução na comercialização de suco e vinhos, em relação ao ano anterior, de 3,61%. Os vinhos de mesa tiveram redução de 10,13%, enquanto os vinhos finos apresentaram aumento de 12,53%. O aumento decorreu do aumento das exportações, devido ao Programa de Escoamento da Produção do governo federal (PEP). Os vinhos espumantes, em 2012, continuaram sua trajetória crescente (IBGE, 2012).

Os espumantes moscatéis obtiveram aumento de 20,49%, e os espumantes apresentaram crescimento de 9,41% nas vendas. O aumento crescente dos espumantes nos últimos anos, aliado à trajetória descendente dos vinhos finos nacionais, mostra que em apenas cinco anos a proporção de vinhos finos/espumantes passou de 2,43 para 1,51, ou seja, enquanto em 2008 para cada garrafa de espumante (inclusive moscatéis) nacional vendida eram comercializadas 2,43 garrafas de vinhos finos, em 2012 essa relação foi de uma garrafa de espumante para 1,51 garrafa de vinho fino.

A comercialização de sucos de uva, que vinha apresentando trajetória crescente, em 2012 apresentou aumento de apenas 1%. O suco de uva integral apresentou aumento na quantidade comercializada de 19,04%, enquanto o suco de uva concentrado apresentou redução de 3,91%, no ano de 2012, em relação ao de 2011.

A Figura 3 apresenta a comercialização de vinhos e de suco de uva provenientes do Rio Grande do Sul em litros.

Figura 3 - comercialização de vinhos e de suco de uva no RS

Produtos/Anos	2008	2009	2010	2011	2012*
VINHO DE MESA¹	200.488.612	234.525.979	221.242.945	230.310.468	206.203.380
Tinto	172.020.779	193.004.182	188.649.074	196.562.722	173.964.776
Rosado	1.840.779	2.307.580	2.036.928	1.668.823	1.738.134
Branco	26.627.054	39.214.217	30.556.943	32.078.923	31.266.661
VINHO ESPECIAL²	65	113	293	699	239
VINHO FINO DE MESA³	23.167.738	33.080.270	21.390.159	19.967.310	22.469.950
Tinto	13.920.224	19.576.295	15.184.398	14.876.896	15.443.016
Rosado	313.513	213.835	236.802	211.484	150.806
Branco	8.934.001	13.290.140	5.968.959	4.878.930	6.876.128
ESPUMANTES	7.634.215	8.742.660	9.701.727	10.308.834	11.278.858
ESPUMANTE MOSCATEL	1.905.395	2.500.230	2.946.179	2.996.441	3.610.289
SUCO DE UVA INTEGRAL	21.568.032	29.131.455	35.164.681	45.222.136	53.832.204
SUCO DE UVA CONCENTRADO⁴	139.402.325	159.309.285	154.139.955	174.461.580	167.646.620
TOTAL	394.166.382	467.289.992	444.585.939	483.267.468	465.807.731

Fontes: União Brasileira de Vitivinicultura, Instituto Brasileiro do Vinho (2012)

1.1.4 Diversificação na produção convencional gerando competitividade

Os novos entrantes em uma indústria ou cadeia trazem sempre novas capacidades e o desejo de ganhar participação neste mercado. A entrada de novos concorrentes pode causar queda de preços, aumento de custos e conseqüentemente queda da rentabilidade da indústria como um todo.

Para Porter (1986) a entrada de novos concorrentes na indústria depende da existência de barreiras que dificultam sua entrada. Estas barreiras são:

- I. economias de escala – que dificultam a entrada de novos concorrentes, pois as empresas estabelecidas e que produzem grandes quantidades podem reduzir custos, o que as novas não conseguem. Também existe a questão do retorno do investimento, que para empresas novas é normalmente maior e a logística que fica um pouco mais complicada para os novatos, pois as empresas estabelecidas já estão com seus canais de distribuição organizados;
- II. diferenciação do produto – os concorrentes estabelecidos conseguem diferenciar seu produto através dos serviços agregados, das marcas já constituídas, do sistema de propaganda e da economia da experiência;
- III. necessidade de capital – também são consideradas barreiras para entrada de novos concorrentes a necessidade de capital para investir em Pesquisa e Desenvolvimento, campanhas publicitárias e financiar o consumo;
- IV. desvantagem de custo – os novos entrantes também encontram barreiras nas desvantagens de custo oriundas da curva de aprendizagem¹, o acesso as melhores fontes de suprimentos (que já estão nas mãos das empresas estabelecidas) e a proximidade com o mercado, que já foi estabelecida pelas empresas que estão no mercado e que exige gastos maiores das entrantes;
- V. acesso a canais de distribuição – para assegurar a distribuição de seu produto, um novo entrante pode encontrar barreiras relativas ao fato de que os canais de distribuição estão ocupados pelas empresas já estabelecidas e com isso o entrante necessita investir para que os canais aceitem seu produto, também necessita trabalhar a conquista da força de vendas, reduzir preço e desenvolver promoções diferenciadas para conquistar seu espaço;

¹ A curva da experiência é a relação entre o custo unitário de um produto ou serviço e sua produção acumulada, ou seja, uma tarefa realizada repetidamente gera um aumento da habilidade, o que por sua vez gera uma maior produtividade e conseqüente diminuição do custo unitário de produção.

- VI. política governamental – as políticas governamentais oriundas de regulamentações, fatores ambientais e pressões de grupos estabelecidos também podem tornar-se barreiras para a entrada de novos competidores.

Intensidade na Rivalidade entre os Concorrentes Existentes – o grau de agressividade dos concorrentes de um setor é uma força competitiva importante a ser analisada. A competição entre o preço do produto, a inovação e as estratégias de *marketing* utilizadas determinam o nível de rivalidade. Fatores como a existência de numerosos concorrentes e todos bem equilibrados, o crescimento lento da indústria, custos fixos altos, custos de armazenagem altos, a ausência de diferenciação, baixos custos de mudança, barreiras de saída elevadas, tornam a rivalidade maior.

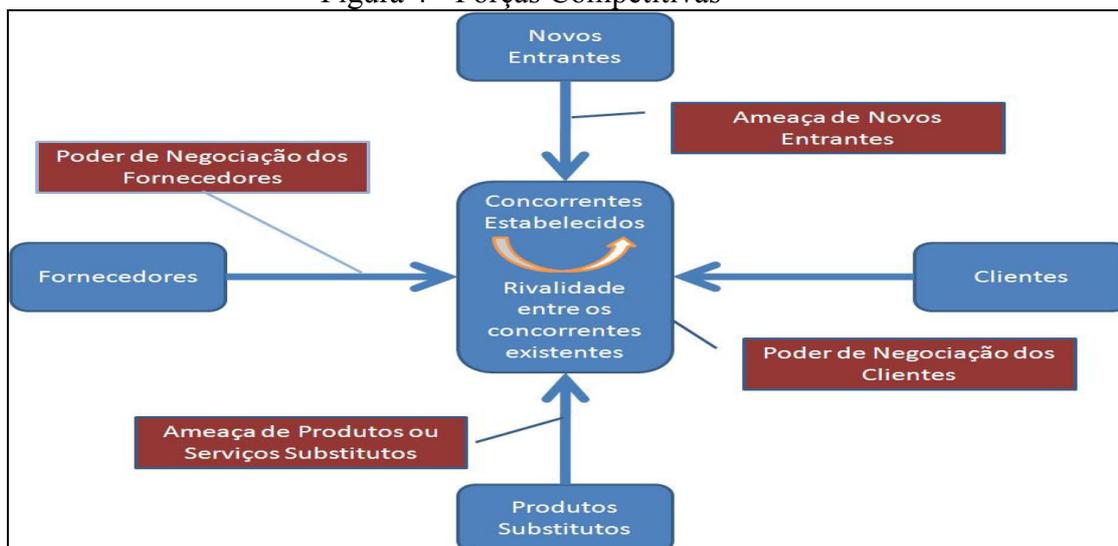
Pressão por Produtos Substitutos – em toda indústria a concorrência se dá com o que chamamos produtos substitutos, ou seja, produtos que podem substituir ou serem utilizados na mesma função em determinada indústria. Quando os produtos são analisados e percebidos como substitutos geram uma alteração no poder de barganha. Estes substitutos podem reduzir ou limitar os lucros da indústria.

Poder de Negociação dos Clientes – os clientes de uma indústria buscam os melhores preços e melhor qualidade, isso joga os preços para baixo e incentiva a concorrência entre as empresas estabelecidas. Fatores como um alto grau de concentração de clientes em relação a empresa vendedora, os custos dos clientes são significativamente influenciados pela parcela de produtos adquirida, os produtos disponíveis são pouco diferenciados, os lucros dos clientes são baixos o que os torna mais sensíveis aos produtos adquiridos e o custo de mudança de fornecedores é baixo, tornam maior o poder de negociação dos clientes da indústria.

Poder de Negociação dos Fornecedores – fornecedores com relativo poder econômico podem exercer pressão sobre a indústria, buscando aproveitar ao máximo o seu poder de barganha. Fatores como um alto grau de concentração de fornecedores, a inexistência de substitutos para o seu produto, a importância da indústria para este fornecedor, a importância dos insumos para as empresas clientes, a diferenciação dos produtos, os custos de troca de fornecedor, são fatores que tornam maior o poder de negociação dos fornecedores na indústria.

Cada força competitiva, em um determinado momento assume maior ou menor importância para uma indústria, influenciando a lucratividade de toda a indústria. Para elaborarmos uma boa estratégia é necessário conhecermos o nosso setor de atuação (indústria) e a maneira como suas forças competitivas atuam. A figura 4 exemplifica as cinco forças competitivas.

Figura 4 - Forças Competitivas



Fonte: Adaptado de Porter (1986)

O conceito anterior introduz o caráter dinâmico na análise da competitividade, entendendo por competitiva a firma que modifica continuamente a própria estrutura, adaptando-se, em maior ou menor grau, ao contexto do mercado onde está instalada ou pretende se instalar (PORTER, 1986).

De certa forma esta ideia extrapola o conceito de capacidade tecnológica exposta por Nelson e Winter (1982), no sentido de ser a aptidão demonstrada pela empresa para utilizar e realizar mudanças na tecnologia a fim de satisfazer as suas necessidades e alcançar os seus objetivos. Assim, o enfoque das estratégias concorrenciais apresenta-se como um modo mais amplo de compreender as inovações adotadas pelas empresas, para além das inovações tecnológicas vinculadas à produção.

A priori, verifica-se que os investimentos no melhoramento dos vinhedos (também chamado de reconversão – substituição do plantio de uvas comuns por variedades especiais) se dão de forma concentrada, ainda representando uma pequena parcela no plantio de uvas viníferas, afetando a produção de vinhos finos, que nos últimos anos têm se estabilizado em torno de 15% da produção total de vinhos (FARIAS, 2008).

Se com relação ao processo produtivo não se vislumbra o surgimento de inovações radicais na produção de vinhos, em outros aspectos podemos verificar um grande esforço de um grupo cada vez maior de empresas no sentido de adotar inovações, ainda que incrementais, no sentido de garantir a sustentabilidade e competitividade dos negócios.

Autores que seguem a vertente Schumpeteriana descreveram os processos de inovações como sendo de dois tipos genéricos: radicais ou incrementais. Segundo Freeman (1989) pode-se entender a inovação radical como o desenvolvimento e introdução de um novo

produto, processo ou forma de organização da produção inteiramente nova. Esse tipo de inovação representa uma ruptura estrutural com o padrão tecnológico anterior, originando novas indústrias, setores, mercados etc. As inovações podem ser ainda de caráter incremental, referindo-se a introdução de qualquer tipo de melhoria em um produto, processo ou organização da produção dentro de uma empresa, sem alteração na estrutura industrial. Inúmeros são os exemplos de inovações incrementais, muitas delas imperceptíveis para o consumidor, podendo gerar crescimento da eficiência técnica, aumento da produtividade, redução de custos, aumento de qualidade e mudanças que possibilitem a ampliação das aplicações de um produto ou processo. Uma das grandes dificuldades científicas ainda reside na análise de indicadores que possam sinalizar e comparar os esforços inovativos, seja das empresas, seja das nações.

Para a prevalência de vantagens competitivas pelas firmas que optam por estratégias voltadas para a especialização da produção, muito especialmente na produção de vinhos finos e espumantes. Tal estratégia assume contornos próprios no setor vitivinícola brasileiro, visto que as empresas buscam especificação não apenas nos produtos, mas principalmente via reconhecimento das regiões produtoras, as chamadas “denominações de origem” (EMBRAPA,2010).

Ao ser observada a dinâmica da atividade inovativa no setor vitivinícola do Rio Grande do Sul, encontra-se mais uma vez características peculiares. Para Pavitt (1984), há um debate recorrente a respeito da importância relativa do “*technology push*” (empurrada pela tecnologia) e do “*demand pull*” (puxada pela demanda), como elementos deflagradores da atividade inovativa nos setores industriais. O autor aponta que tanto a tecnologia quanto a demanda são fatores importantes a serem analisados em processos inovativos bem sucedidos.

No entanto, o que se percebe, ainda que empiricamente, é que no setor analisado, o segmento viticultor, produtores de uva, quando atentos para o processo de reconversão dos vinhedos para a produção de cultivares especiais, sofre muito mais o impacto do “*technology push*”, orquestrado muitas vezes pelos institutos de ensino e pesquisa, ainda que orientados pela demanda crescente de seus produtos. As empresas vinícolas ou produtoras de vinho orientam seus processos inovativos pela demanda, ainda que muitas vezes de forma reativa à presença maciça do concorrente estrangeiro no mercado nacional.

Desde sua origem, esta vitivinicultura esteve assentada na produção de vinhos de consumo corrente, vinhos de mesa, provenientes de cultivares não-viníferas (burquinas e labruscas) e que, ainda hoje, representam mais de 80% do volume produzido. Nos últimos anos, todavia, tem havido uma diversificação de produtos com o crescimento dos segmentos

de vinhos finos, espumantes e sucos de uva. Ao mesmo tempo, há um esforço renovado de qualificação da produção vinícola regional com vistas a retomar competitividade frente à “invasão” dos importados, a qual tem afetado, sobretudo, mas não exclusivamente, o segmento nacional de vinhos finos. Este esforço de reinserção competitiva na cadeia de valor tem sido pauta de um amplo leque de organizações setoriais (Uvibra, Fecovinho, Agavi, Sindivinho, Uvifam etc.).

1.1.5 Importância da competitividade e da análise de políticas públicas

A competitividade tem sua importância nas decisões do setor privado, pois, decorrem principalmente da movimentação de preços de insumos, de custos dos fatores de produção e dos preços de produtos finais das cadeias, que podem ter variações decorrentes de políticas públicas. A globalização e a abertura dos mercados criaram dificuldades para a gestão eficiente dos recursos dentro dos processos de produção e industrialização agroalimentar.

A velocidade das mudanças é cada vez mais acelerada, com intensidade e profundidade gerando maior disputa entre os concorrentes e com competição e livre iniciativa. As empresas de cada elo de uma cadeia passam por constantes e fortes processos de escolhas inseridas nos mercados, onde só resistem competitivamente as mais preparadas em avaliar as decisões e as condições de risco.

O mercado é um ambiente seletivo em que as empresas têm que passar pelo aspecto mais importante que é o teste. O resultado do teste de mercado será apresentado dentro de um conjunto de indicadores econômico-financeiros dos balanços das organizações uma avaliação do passado e futuro. Alguns destes elementos a serem apresentados nos eventos bem sucedidos se tornam paradigmas da nova empresa competitiva num mercado aberto.

A competitividade define-se como o desempenho ou participação da empresa no mercado em determinado período de tempo, ou o respectivo *market share*. Segundo este enfoque, é a demanda do mercado que, ao atribuir quais os produtos de quais empresas serão comprados, estará definindo a posição competitiva das empresas, definindo ou não as ações produtivas, comerciais, de investimentos, ou de *marketing* (KUPFER, 1991).

De acordo com essa abordagem, somente após é que saberemos se cada uma e todas as empresas da cadeia são ou não competitivas, o mesmo acontecendo com a indústria do país em relação às indústrias no mercado externo. Dentro deste primeiro conceito de competitividade, avaliamos o resultado de uma ampla quantidade de fatores, segundo os quais a eficiência produtiva seria apenas um deles.

Com o ganho de significativa parte do mercado pode ser alcançada através de mecanismos como reserva de mercado (aplicação de tarifas protecionistas), que haviam no passado e sumiram com a abertura comercial e a aliança entre organizações, redes de distribuição, correlação direta entre elos da cadeia, estrutura de produção, formação de marcas e diminuição de custos e preços.

O segundo enfoque da caracterização da competitividade diz respeito à eficiência econômica ou à aptidão de produzir com maior eficiência na cadeia como um todo e nos elos. A competência econômica definiria a competitividade de uma empresa, indústria ou país. A maior eficiência estaria explicada pela melhor relação preço/quantidade, tecnologia, salários e produtividade.

A competitividade tem um atributo estrutural no próprio setor que se relaciona com as disposições em que se realiza a produção da empresa em cada elo da cadeia e na cadeia como um todo (CROOCO, 1994). Incluindo este elo na cadeia há um processo crítico: a agroindustrialização. Os métodos da cadeia tem uma relação com as estratégias do terceiro elo, que configura a indústria, que também vem a ser a única origem de inovação e determinante dos processos de especialização e integração produtiva.

Ao investigar a indústria, observa-se que enquanto que no primeiro conceito de competitividade o consumo define quem é competitivo, no segundo, a capacidade tecnológica, gerencial, financeira e comercial, ao escolher entre as alternativas possíveis as estratégias e as táticas de mercado, está determinando simultaneamente a competitividade. Sendo que a competitividade depende dessas duas vertentes. Segundo BONELLI et al. (1992), o desempenho competitivo de uma firma é um acontecimento multidimensional.

Vale destacar que, ao definir sobre cada um desses fatores do mercado e cada um dos elementos que definem a eficiência econômica, a empresa agroindustrial está correndo risco de derrota ou sucesso. Se as expectativas forem positivas, a escolha de cada determinante e fator terão sido certos e a organização terá sido competitiva. Se as expectativas se contrariarem, ou derrotarem os propósitos das reformas organizacionais de marketing, de eficiência econômica e atendimento ao mercado, a empresa não demonstrará eficiência competitiva e apenas o mercado determinará certeza ou não da decisão tomada. Definindo da seguinte maneira, predominará sempre o critério de avaliação de competitividade, o teste de mercado como aspecto mais importante na determinação da eficiência das estratégias.

Em 1990, a abertura comercial determinou novas regras e uma nova seleção onde a concorrência entre as agroindústrias (nas cadeias), influenciou a distribuição do tamanho das formas de competição e de maior sobrevivência das empresas (ARAÚJO JÚNIOR, 1985).

Dentro dessa nova singularidade após a abertura forçou as empresas agroindustriais a abandonar condutas adotadas no passado de médio e longo prazo e adotar novas condutas, a partir de uma análise do mercado sob critérios de riscos e em constantes mudanças.

Defini-se competitividade pela adequação do conjunto de estratégias e táticas adotadas pelas firmas da cadeia ao padrão de concorrência atual. As empresas não estão numa condição paralisadas, precisam apresentar capacidade de, a cada novo desafio e a cada nova mudança de estrutura do mercado, inserir inovações gerenciais e de produção, seguindo um curso de sucesso dentro do cenário de risco e incerteza. A competitividade das empresas é função de ajuste das estratégias ao padrão de concorrência atual dentro do mercado em análise. Na análise de competitividade as firmas que adotam estratégias de conduta nos investimentos, vendas, inovação tecnológica, compras, mais acertados ao padrão de concorrência do setor onde participam, (KUPFER, 1991). Para uma análise mais conclusiva devem ser usados métodos quantitativos.

Ao abordar sobre a origem da ineficiência competitiva nas cadeias dos agronegócios não passam por incapacidade alocativa vindas de tecnologias e escolhas dos processos provados de produção, transporte e logística, e de processamento, se não das políticas de tributação como resultado das políticas comerciais.

O conceito, principal ligado ao diagnóstico de investimentos em propostas agroindustriais, apresenta que a análise de eficiência de atividades produtivas deve ser complexa não envolvendo somente a parte financeira, mas econômica (LITTLE; MIRRLEES, 1974). Devem ser avaliados os preços sociais e não os preços de mercado. Certa ação produtiva deve ser estimada em termos do benefício agregado à renda nacional (valor dos bens e serviços produzidos pela atividade econômica).

As contribuições no que tange a renda serão calculados, os custos e os lucros em termos privados, com preços de mercado e incluídos os custos e resultados sociais utilizando os preços-sombra. O afastamento das duas medidas é que dará a percepção verdadeira do quanto há competitividade de uma cadeia se aproxima ou se afasta do desejável. Um exemplo a ser citado nas análises de competitividade e eficiência econômica são os impostos e tarifas que devem ser tratados como transferências do privado para o público que arrecada.

A conservação dos impostos nas ações econômicas causa distorções nos resultados das mensurações de competitividade e muitos setores acabam por demonstrar não-competitivos, devido às distorções nos ambientes externos das organizações.

Este estudo pretende apresentar as variações encontradas pelas vinícolas e produtores de derivados da uva orgânica no seu posicionamento comercial em relação aos produtos

convencionais. O perfil dos consumidores dos produtos orgânicos se diferencia dos produtos convencionais, apesar de que em alguns casos utiliza o mesmo canal de distribuição.

A competitividade apresentada pelos produtos convencionais requer da indústria vinícola que produz orgânicos, um posicionamento específico, que não permite posicionar-se para atender um mesmo nicho de mercado. Barcellos (2007) salienta que cada consumidor é individual e existe diferenciação em relação à renda, ao nível educacional, a faixa etária, aos hábitos e as preferências.

1.1.6 Apresentação dos dados a partir dos objetivos

A cadeia agroindustrial da uva se instalou na região da serra desde o início da colonização e teve na origem o uso de defensivos ou agrotóxicos, pois o clima sempre foi diferencial de qualidade e também de problema ao cultivo. Com a mudança do cenário econômico mundial, novas necessidades foram surgindo o que nos trouxe novas alternativas ao cultivo do produto.

A cadeia da uva foi em alguns locais permitindo a inovação e a mudança do pensamento do consumidor que possibilitou então a produção orgânica. Essa produção veio para buscar aquele público com preocupações ambientais e saudáveis, promover a elevação e padronização do produto, até mesmo buscando a internacionalização dos requisitos de qualidade e segurança alimentar e ambiental.

Seja como suco ou em composições a uva orgânica tem presença e tendências no mercado agrícola, sendo que desta maneira surgiu a necessidade de avaliar a cadeia e seus custos para dimensionar o real papel que ela tem na região.

Este trabalho utiliza uma ferramenta reconhecida internacionalmente para a análise de cadeias de suprimento envolvendo os quatro elos: produção agrícola, transporte da videira até a industrialização da fruta e transporte até o mercado.

Avaliando o tempo para a realização e da complexidade das interações dos custos de produção da uva orgânica associada com receitas obtidas e, ainda, com as incidências de políticas públicas e eventuais imperfeições de preços, os resultados obtidos com a utilização do software desenvolvido pela Embrapa Gestão e Estratégia de Brasília, embasado na Matriz da Análise de Políticas (MAP) foram suficientes para revelar algumas situações de fragilidade econômica na competitividade da cadeia.

Como principal questionamento desse estudo está: qual a competitividade da cadeia produtiva da uva orgânica na serra gaúcha através da matriz de análise de política?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Após a apresentação do projeto de pesquisa, define-se como objetivo deste estudo: analisar a competitividade da cadeia produtiva da uva orgânica em uma vinícola da serra gaúcha através da matriz de análise de política.

1.2.2 Objetivos específicos

Com o intuito de atingir o objetivo geral, estão delimitadas as seguintes etapas de pesquisa:

- a) identificar o valor pago pela iniciativa privada pelo produto;
- b) investigar o valor determinado pelo ministério da agricultura em relação ao preço pago para os agricultores;
- c) analisar a divergência dos valores pagos pelo sistema público e privado.
- d) analisar a competitividade da cadeia produtiva da uva orgânica.

1.3 JUSTIFICATIVA

O Estado do Rio Grande do Sul é responsável por cerca de 90% da elaboração brasileira de vinhos e 55% da produção de uvas. De acordo com dados do Instituto Brasileiro do Vinho – IBRAVIN, a safra de 2012 foi a segunda maior da história, atrás apenas da safra de 2011, onde foram colhidos 696,1 milhões de quilos de uvas no estado contra 709,6 milhões de quilos colhidos no ano anterior. O maior aumento ocorreu na colheita das uvas americanas, que correspondeu a 620,3 milhões de quilos, 89,11% do total da colheita (IBRAVIN, 2012).

Analisando esse aumento, há uma tendência de incremento no volume de uvas comuns destinadas à elaboração de suco de uva, sendo que 56% da uva convencional colhida nessa safra foram destinadas para produção de suco. O suco de uva, portanto, tem um importante papel econômico no estado e sua produção tem se mostrado uma alternativa viável para o maior equilíbrio econômico e uma saída para enfrentar os elevados estoques de vinhos de mesa (IBRAVIN, 2012).

Segundo Porter (1986), as estratégias genéricas têm os seguintes propósitos liderar em custo, diferenciação e foco. Avaliando essa proposta destacamos para a cadeia da uva orgânica a Diferenciação, neste caso o objetivo é fazer que a empresa seja percebida de forma diferente pelo seu cliente. Isto exige investimentos em imagem, tecnologia, assistência técnica, distribuição, pesquisa e desenvolvimento, recursos humanos, pesquisa de mercado e qualidade, com a finalidade de criar diferenciais para o consumidor. O que se deseja é que o produto ou serviço seja considerado único. Diferenciais em qualidade, design, preço, imagem e suporte normalmente são buscados nesta estratégia. Se a empresa consegue diferenciar-se, obterá retornos acima da média da indústria.

A diferenciação cria a fidelidade por parte do cliente, o que protege as empresas contra os novos concorrentes sendo uma barreira de entrada e também protegendo contra o poder de negociação dos maiores clientes, até pela falta de comparações, o que ameniza a pressão por produtos substitutos. Também produz margens maiores de lucro, o que protege contra o poder de negociação dos fornecedores (PORTER, 1986).

Para Sixel (2003), o impulso da agricultura orgânica, tem como consequência a renovação do manejo agrícola, o saneamento do meio ambiente e a produção de alimentos puros ao ser humano. Este processo quer devolver na agricultura sua forma original criadora e fomentadora cultural e social, força que perdeu no caminho da industrialização direcionada à monocultura e à criação de animais fora do seu ambiente natural.

Os processos de mudança do cultivo convencional para o orgânico é chamado de conversão, que inclui aspectos normativos e educativos. Os aspectos e normas referem-se ao enquadramento nas regras de produção, sem a sua qualificação o produto pronto não estará habilitado a receber o selo orgânico de qualidade. Os aspectos educativos dizem respeito ao aprendizado, por parte dos agricultores, dos conceitos e técnicas de manejo que viabilizam a agricultura orgânica. Esse aprendizado compreende etapas que precisam ser realizadas sucessivamente, salienta (KHATOUNIAN, 1999).

Para Khatounian (1999) os aspectos normativos do selo orgânico acabam definido como um selo de qualidade, que visa certificar que o produto foi cultivado e processado dentro de padrões valorizados pelo consumidor. Para receber este selo, é preciso que se enquadre nas normas. Quando a comercialização é direta, a garantia de qualidade é selada pela confiança do consumidor em seu fornecedor, contudo à medida que esse vínculo pessoal se perde, as normas precisam ser escritas e o selo materializa-se em um logotipo estampado na embalagem. Na elaboração das normas, contribuem aspectos biológicos, éticos, culturais, operacionais e sócio-políticos, em especial para a exportação, é necessário estar dentro das

normas do país comprador. Com o aumento da agricultura orgânica, os procedimentos e recomendações têm aumentado e ocupado o espaço das vedações, dando às normas um caráter mais de proposta do que de proibição.

Uma justificativa muito frequente para as pesquisas das cadeias produtivas se relacionam com o pouco retorno total que apresenta ou até mesmo as oportunidades de melhoria gerencial, que se desconhecem ou não foram explicitadas de forma sólida e com quantificação baseada em consistente metodologia científica reconhecida, os quais determinam outros efeitos sociais, como é o caso, por exemplo, daquelas cadeias que enfrentam dificuldades de competir no comércio exterior ou mesmo competir internamente com os produtos oriundos do mercado externo.

As aplicações da MAP para as reformas de políticas públicas, um amplo estudo sobre as principais cadeias agropecuárias foi feito em 1998. LOPES et al. (1998) partiu da hipótese de que as ineficiências relativas nas cadeias do agribusiness decorrem de inadequações tecnológicas no setor de produção, como tem sido alegado. Esse fato pode ser apenas uma dimensão de uma questão mais ampla e mais complexa que envolve também políticas públicas. As decisões do setor privado decorrem, também, de sinais de preços distorcidos por políticas públicas. Com a abertura da economia estes sinais passaram a ser críticos para os empresários alocarem seus recursos de forma eficiente nos processos de produção e industrialização no agribusiness brasileiro (EMBRAPA, 2010).

Ainda referente aos fundamentos teóricos e funcionais do método, bem como aprofundando um pouco mais esta conceituação e tipificação da MAP, o objetivo é construir os indicadores para medir o grau de competitividade de cadeias produtivas selecionadas, a partir de matrizes da contabilidade das empresas, dos rendimentos físicos e coeficientes técnicos, dos custos e dos lucros privados e sociais. Vale mencionar que os preços, custos e lucros sociais são obtidos mediante a aplicação de fatores de conversão que se aplicam sobre os preços correntes e médios dos estabelecimentos representativos do mercado e cujos procedimentos para obtenção (EMBRAPA, 2010).

Recentemente, contudo, a MAP tem sido usada cada vez mais para a geração de rentabilidade de projetos de investimentos com e sem interferências de políticas públicas, sem impostos e sem transferências de renda para o Estado. A carga de impostos muitas vezes tem inviabilizado investimentos. Esse é um uso recente da MAP, cujo objetivo é construir indicadores quantitativos da eficiência e sustentabilidade econômica não só das cadeias, mas também de cada um e de todos os principais elos constitutivos, a partir de projetos de

investimento que podem ser viáveis ou inviáveis com uma carga tributária crescente ou estabilizada (EMBRAPA, 2010).

Novos modelos de organização que surgem, com foco na flexibilidade para responder às mudanças constantes do mercado, demandando a criação de novas definições a respeito do papel e das funções de *marketing*. Esse novo contexto demanda a administração de relacionamentos entre as organizações que vão além das questões ligadas a produtos, preços, empresas e transações e passam a compreender processos, pessoas e as formas de organização (ACHROL, 1991; WEBSTER, 1992; ACHROL e KOTLER, 1999).

Segundo Farrell (1993), os produtos orgânicos têm representado um novo nicho de consumo, com muitas alternativas de atuação no mercado. Esse crescimento da demanda por orgânicos no ambiente competitivo representa uma oportunidade de negócio, sendo que dessa forma, cabe aos empreendedores com vistas a aproveitar tal oportunidade, conhecer muito bem o produto e o mercado conduzindo as pessoas e estimulando há manter o foco no produto e no cliente. Com esse nicho de mercado crescente e rentável atraindo novos empreendedores, observa-se a necessidade da compreensão de estratégias para que as vinícolas possam aproveitar essas vantagens competitivas desse mercado em desenvolvimento.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente capítulo tem como objetivo apresentar a fundamentação teórica que será utilizada como base para realização deste trabalho. Ao longo do capítulo busca-se identificar os conceitos mais importantes para o estudo da produção de uvas orgânicas e sua cadeia apresentando uma análise baseada na MAP e conceituando os métodos que identificam a vantagem competitiva para os produtores do produto.

2.1 CADEIA PRODUTIVA

As cadeias produtivas são consequência do aumento divisão do trabalho e do crescimento da interdependência entre os agentes econômicos. Visto de outra forma, as cadeias são construídas pelo processo de desmembramento vertical e especialização técnica e social e por outro lado, a conveniência de ser mais competitiva buscando maior associação e coordenação entre as atividades, ao longo das cadeias, ampliando a articulação entre os integrantes da cadeia.

A definição de cadeia produtiva é o conjunto de associados interativos, incluindo os arranjos produtivos, abastecedor de insumos e serviços, industriais de processamento e transformação, agentes de distribuição e comercialização, além de consumidores finais. Tem como principal objetivo de suprir o consumidor final de determinados produtos ou subprodutos (CASTRO et al. 1994; 1996).

No conceito de cadeia produtiva são apresentadas as funções existentes, algumas das quais abordadas neste texto, demonstra, de forma eficaz, sua utilidade. Do ponto de vista teórico, considera-se uma progressão, em várias correntes de pensamento econômico, no sentido de uma aperfeiçoar a formatação do conceito de cadeia produtiva.

A cadeia produtiva se configura num conjunto de etapas sucessivas pelas quais passam e vão sendo alterados e modificados os diversos insumos. Nesta definição ampla nos permite incorporar diversas formas de cadeias. Fracionando longitudinalmente, podemos ter uma cadeia produtiva onde cada passo configura uma empresa (ou um conjunto de empresas, que participam de um acordo de produção). Este modelo é visualizado, por exemplo, na gestão da cadeia de suprimentos e concorda, também com a proposta, sintetizada adiante, de “subsistema vertical estritamente coordenado” (ZYLBERSTAJN; FARINA, 1999).

O mecanismo deste tipo de cadeia é útil para a realização de análises empresariais, estudo de tecnologia e planejamento de políticas locais de desenvolvimento. Existe

necessidade de esforço na coleta de dados, pois os órgãos oficiais de estatística tendem a divulgar dados mais associados. No nível mais associado, estão as cadeias produtivas setoriais, nas quais os ciclos são setores econômicos e os intervalos são mercados no meio de setores decorrentes (MDIC, 2012).

Diferente a amplitude do grupo de produtos considerados, existem áreas econômicas, obtemos cadeias mais ou menos fragmentadas. Duas cadeias são ditas competidoras ou concorrentes quando seus produtos finais atendem a um mesmo mercado e as cadeias são relativamente independentes entre si. Cadeias concorrentes fabricam produtos substitutos. Em geral, o nível de fragmentação de cadeias concorrentes está no meio das cadeias empresariais e o das setoriais (EMBRAPA, 2010).

A mistura de cadeias é comum, algumas cadeias se dividem e outras se juntam. Mas não há porque pensar que a rede de cadeias produtivas se distribua, de maneira uniforme, sobre a estrutura econômica. No sentido adverso, as cadeias de uma economia nacional podem ser agregadas em conjuntos, ou blocos, de forma que o valor médio das relações comerciais entre os setores constituintes de um bloco seja maior do que o valor médio das compras e vendas destes mesmos segmentos com os segmentos de outros setores. Sob a ótica sistêmica foi aplicado no processo de planejamento estratégico da Embrapa no início da década de 90, quando se buscava um marco conceitual capaz de lidar com a análise do ambiente externo e a determinação de estratégias que pudessem orientar a mudança institucional. O objetivo era alinhar a instituição com o seu ambiente externo relevante, em processo acelerado de mudança consequentemente de alta turbulência (JOHNSON et al., 1994).

A ideia principal é que a visão de cliente da firma deveria ser reanalisada, para adicionar novos e importantes atores que participavam do desenvolvimento da agricultura e tinham relevância para a instituição. No começo, estes agentes foram denominados como os atores “fora da porteira da fazenda” (antes da porteira e depois da porteira): os fornecedores de insumos, as agroindústrias, as estruturas comerciais, os consumidores finais e as estruturas de apoio à produção (EMBRAPA, 2010).

O conceito em meados da década de 50 foi definido como complexo agroindustrial, negócio agrícola e agronegócio e é definido não apenas em relação ao que ocorre dentro dos limites das propriedades rurais, mas a todos os processos interligados que propiciam a oferta dos produtos da agricultura aos seus consumidores. (ZYLBERSZTAJN, 1994).

O conceito de agronegócio é muito extenso e nem sempre adequado a formulação de estratégias setoriais, como objetivo central promover a gestão tecnológica ou de pesquisa de

desenvolvimento. Assim sendo, o conceito foi aprofundado adicionalmente, para criar padrões de sistemas dedicados a produção, que incorporassem os agentes antes e depois da porteira. Após surgiu o conceito de cadeia produtiva, como subsistema (ou sistemas dentro de sistemas) do agronegócio. Este é constituído por diversas cadeias produtivas, ou subsistemas do negócio agrícola. As cadeias produtivas, por sua vez, têm entre os seus participantes ou subsistemas os diversos sistemas produtivos agropecuários e agroflorestais, nos quais ocorre a produção agrícola (CASTRO et al., 2000).

Os primeiros estudos aplicando este enfoque apareceram na década de 80, tendo sido amplamente difundidos na década de 90. Colaborou para esta expansão o desenvolvimento de instrumentos analíticos consistentes (CASTRO et al., 1995 e 1998; Zylbersztajn, 1994; Batalha, 1998). Estas contribuições aumentaram o uso do ponto de vista sistêmico e de cadeias produtivas em pesquisas e projetos de desenvolvimento, para ampliar o entendimento, a intervenção e o controle no desempenho da agricultura (GIOVANNINI, 2001).

O enfoque de cadeia produtiva confirmou sua utilidade, para classificar a análise e aumentar a compreensão dos complexos macroprocessos de produção e para se examinar a performance desses sistemas, determinando gargalos ao desempenho, oportunidades não exploradas, processos produtivos, gerenciais e tecnológicos. Ao adicionar na metodologia opções para análise de diferentes dimensões de desempenho das cadeias produtivas ou de seus Componentes individualmente, como a eficiência, qualidade, competitividade, sustentabilidade e o equilíbrio, este tornou-se capaz de abranger setores da sociedade, econômicos, biológicos, gerenciais, tecnológicos, o que aumentou as possíveis aplicações desse enfoque para um grande número de profissionais e de organizações.

2.2 MESOANÁLISE COMPETITIVA DAS CADEIAS

O estudo da competitividade realizado está em comparações de rendimentos físicos. Exemplificando temos o caso da comparação entre Brasil e Argentina, muitos diagnosticaram que a competitividade brasileira era inferior a da Argentina em produção, pois os custos argentinos eram menores que os brasileiros. As pesquisas feitas com custos de produção apresentaram resultados parciais e não refletem o nível de competitividade de todo o conjunto da cadeia produtiva, que abrange também o elo de processamento, beneficiamento e industrialização, no qual o Brasil possui com relativa eficiência.

O estudo da mesoanálise não leva em conta os efeitos das políticas públicas, as características de tributação, o câmbio defasado, o peso dos encargos sociais e financeiros, e

outros fatores que enfraqueciam muito a competitividade das cadeias agroindustriais no país. Estes aspectos causam profundos resultados na eficiência das cadeias brasileiras.

Os indicadores das poucas pesquisas feitas com as cadeias completas, não revelam toda a história da eficiência e da competitividade da indústria brasileira. Isto porque a metodologia usada não calculava os custos e as entradas avaliadas em termos sociais, isto é, não consideraram o fato de que é preciso registrar, não só valores de custos e receitas privadas, e sim incluir preços, os custos e os retornos em termos sociais, conforme recomendado na MAP. Assim exige o conceito da análise de atividades produtivas que pretendem agregar renda à sociedade. Para a sociedade decidir se continua ou não uma função produtiva, ela tem que saber os custos e os benefícios sociais líquidos que ela cria, não apenas os custos e as receitas com um grande fator de transferência de renda. (EMBRAPA, 2010).

Gittinger (1987) salientou que uma atividade produtiva deve ser analisada em termos do benefício adicional à renda nacional (valor dos bens e serviços produzidos pela atividade econômica). Entretanto, como destacou Gittinger (1987), a análise de eficiência econômica deve ir além da avaliação dos custos e lucros privados. Ao analisar de maneira econômica devemos eliminar de maneira geral as políticas de intervenção do Estado, no câmbio, nos juros, na legislação trabalhista que forma encargos sociais, nas tarifas e nos tributos pagos. Devendo-se registrar os subsídios concedidos que acentua a competitividade, além das posições artificialmente favoráveis de mercado como impostos, mas com sinal negativo.

Avaliando os estudos de competitividade com o procedimento correto, eliminar:

- I. custos que são somente pagamentos e transferência (tais como impostos e tarifas);
- II. deturpações de preços de insumos (tais como tarifas, subsídios, barreiras à livre importação);
- III. custos “exagerados” de capital;
- IV. corrigir o câmbio;
- V. suprimir encargos sociais, que são para o Estado (quando são custos diretos da folha de pagamento que reduzem a competitividade das cadeias face aos competidores externos). Os preços assim “limpos” são chamados de preços econômicos ou de eficiência social ou econômica (MONKE e PEARSON, 1989).

Segundo Pires (2001), a mesoanálise da competitividade busca completar um espaço existente entre os dois grandes corpos da teoria econômica: a microeconomia, que estuda as unidades de base da economia (a empresa, os consumidores, etc...), que utiliza as “partes para explicar o todo”, e a macroeconomia que “parte do todo (o Estado, os grandes agregados, etc...) para explicar o funcionamento das partes”. No enfoque mesoanalítico permite

solucionar as questões sobre o processo de competição e sobre as estratégias das empresas, bem como o processo produtivo entre os agentes econômicos”. Ainda, salienta este autor, verifica-se que “... pode-se dizer que a teoria de cadeia produtiva contribui para explanação e entendimento das estruturas de criação de produtos e serviços, e participa de forma permanente na criação de um espaço mesoanalítico”.

Seguindo este enfoque constata-se a existência e a necessidade de consideração do contexto mesoanalítico da competitividade das empresas e regional. Este cenário de avaliação deverá ser centrado na abordagem da cadeia produtiva pesquisada, constituindo assim um processo diferenciado em relação à macroanálise (aspectos macroeconômicos, político institucionais, regulatórios, infraestruturais, sociais, referentes à dimensão regional, nacional e internacional) e à microanálise (aspectos internos à empresa, seus clientes e mercado específicos, a concorrência direta, fornecedores e outras instituições com envolvimento direto) (EMBRAPA, 2010).

A confrontação deste contexto de mesoanálise da competitividade com aqueles anteriormente estudados pelos diversos autores citados, constata-se a existência de que suas opiniões tem um mesmo sentido de se incorporar a abordagem na análise da competitividade do sistema, apesar do ponto de vista não ser exatamente o mesmo (EMBRAPA, 2010).

Fundamentando agora a questão de avaliação da competitividade no cenário mesoanalítico, pode-se caracterizar a necessidade de focar alguns pontos relevantes, entre os quais tem se: o desempenho competitivo da cadeia junto ao mercado consumidor, a sustentabilidade competitiva das organizações da cadeia e da própria, e os direcionadores competitivos, focalizando as relações de processo entre as empresas que fazem parte da cadeia (EMBRAPA, 2010).

No início o desempenho competitivo, a mesoanálise da competitividade de uma cadeia produtiva deve basear-se no seu desempenho junto ao mercado consumidor final (elo final da cadeia), identificando claramente os aspectos da competição que os usuários finais descrevem como importantes e seu grau de atingimento. O entendimento dos atributos do mercado consumidor, suas demandas e potencialidades, permitirão verificar também as estratégias adotadas, em termos do controle da cadeia e sua adequação ao contexto apresentado. Como amplitude desta análise, deverá ser levantada a forma pela qual os referidos elementos competitivos são gerados ao longo da cadeia de valor que integra a cadeia produtiva. O reconhecimento da existência ou não de relação entre as preferencias competitivas dos elos da cadeia, permitirá identificar, como decorrência, o alinhamento estratégico das diversas empresas integrantes da cadeia. O presente ponto de vista considera,

em sua proposta as abordagens de Slack et al. (1998) e Porter (1990). Por outro lado, esta investigação, prioriza a situação atual.

A seguir, observando agora a sustentabilidade competitiva a mesoanálise da competitividade da cadeia deve focar a conjuntura de sobrevivência e manutenção das empresas, enquanto participantes da cadeia. Assim, devem ser avaliados diversos fatores do grau de sucesso da empresa nas suas funções, envolvendo consequências econômico-financeiras, capacidade produtiva, quantidade de produção, participação no mercado e outros fatores, que possibilitem avaliar a consistência de atuação das empresas. Esta compreensão parece primordial à luz do entendimento da competitividade implicar, simultaneamente, no atendimento dos atributos do mercado, e na sobrevivência e na continuidade da firma em si.

2.3 IMPORTÂNCIA DA COMPETITIVIDADE E DA ANÁLISE DE POLÍTICAS PÚBLICAS

As decisões que envolvem o setor privado acontecem principalmente dos sinais de preços de insumos, de custos dos fatores de produção e dos preços de produtos finais das cadeias, que podem conter alterações decorrentes de políticas públicas. Após a abertura da economia e a globalização dos mercados, estes indicadores passaram a ser críticos para os empresários colocarem seus recursos de forma eficiente nos processos produtivos e industrialização no setor agroalimentar (EMBRAPA, 2010).

Atualmente as mudanças estão sendo mais rápidas, intensas e profundas, que aumentam a dificuldade em competir e as empresas de cada elo de uma cadeia passam por processos seletivos dentro dos mercados onde estão inseridos. Estas decisões devem ser avaliadas juntamente com as condições de risco.

Afirmar que o mercado é um ambiente de seleção natural, em que as empresas têm que passar pelo fator mais importante que é o teste de mercado. O teste que avalia o desempenho econômico-financeiro vai medir o resultado que a empresa ao longo do tempo identifica como indicadores de sucesso (EMBRAPA, 2010).

A Competitividade pode ser compreendida como participação da empresa no mercado em certo período de tempo, ou a respectiva participação de mercado. Segundo este enfoque, é a demanda do mercado que, ao definir quais os produtos de quais empresas terão interesse pela sua aquisição, sendo assim definindo a posição competitiva das empresas, sentenciando ou não as ações produtivas, comerciais, de investimentos, ou de marketing (KUPFER, 1991).

Na segunda abordagem da teoria, de competitividade diz respeito à eficiência econômica ou à capacidade de produzir com maior produtividade na cadeia como um todo e nas ramificações dos elos. A eficiência econômica caracteriza a competitividade de uma empresa, indústria ou país. A melhor eficiência revela um resultado mais acertado de preço, quantidade, salários e produtividade. A competitividade tem uma configuração na sua estrutura própria do setor, que se associa com as condições em que acontece a produção da firma em cada elo da cadeia e na cadeia como um todo (CROOCO, 1994).

Ao pesquisar a indústria, analisa-se que enquanto que no primeiro conceito de competitividade a demanda define quem compete, no segundo, a condição tecnológica, gerencial, financeira e comercial, opta pelas estratégias possíveis e o mercado e suas táticas afirmam ao mesmo tempo a competitividade. Sendo que este evento depende das duas fontes. Segundo BONELLI et al. (1992), o comportamento competitivo de uma firma é um evento multidimensional.

Ao decidir sobre cada um desses fatores do mercado e cada um dos elementos que definem a eficiência econômica, a empresa agroindustrial está correndo risco de fracasso ou sucesso. Se as expectativas se confirmarem, a escolha de cada determinante e fator terão sido corretos e a firma terá sido competitiva. Se as expectativas se frustrarem, ou derrotarem os propósitos das reformas organizacionais de marketing, de eficiência econômica e atendimento ao mercado, a empresa não será competitiva e apenas o mercado determinará o acerto ou não da decisão tomada. Em outras palavras, prevalecerá sempre o critério de avaliação de competitividade, o teste de mercado como fator crucial na determinação da eficiência das estratégias e táticas adotadas (EMBRAPA, 2010).

Após a abertura comercial ampliada a partir de 1990, o novo mercado determinou novas regras, com um novo processo seletivo, de acirrada concorrência entre agroindústrias (nas cadeias), determinando a contínua alteração na distribuição do tamanho, das formas de competição e de esperança de vida das empresas (ARAÚJO JÚNIOR, 1985). A nova singularidade do mercado após a abertura forçou as empresas agroindustriais a abandonar condutas adotadas no passado de médio e longo prazo e adotar novas condutas, a partir de uma avaliação do mercado sob condição de riscos e em constantes mudanças.

A competitividade não pode ser entendida como característica intrínseca de determinado produto ou empresa. A competitividade é um conceito de natureza extrínseca à firma ou ao produto, estando diretamente relacionada ao padrão de concorrência vigente no mercado específico considerado e como nele se posiciona a cadeia como um todo. É o padrão

da concorrência da cadeia, a variável determinante. A competitividade é determinada a partir dessa realidade ou é resultado do somatório de efeitos dos fatores intervenientes (KUPFER, 1991). A competitividade seria definida pela adequação do conjunto de estratégias e táticas adotadas pelas empresas da cadeia ao padrão de concorrência vigente.

O conceito, principal ligado à análise de investimentos em propostas agroindustriais, mostra que a análise de eficiência de atividades produtivas deve ser não financeira, mas econômica (LITTLE e MIRRLEES, 1974).

A decisão sobre as possibilidades desses atributos de mercado e seus elementos define a eficiência econômica, do agronegócio, diagnosticando sucesso ou fracasso. Em definição o teste de mercado é o principal fator na eficiência das estratégias e táticas adotadas.

2.4 COMPETITIVIDADE NA CADEIA DOS PRODUTOS ORGÂNICOS

Ferraz et al. (1996) apud Batalha e Silva (2007) apresentam uma possibilidade para a compreensão do conceito de competitividade. Ela descreve que para o entendimento através do “desempenho” de uma empresa ou produto, o que após resulta na determinação de uma dada competitividade apresentada que estaria ligada à participação de um produto ou empresa em um certo mercado.

A competitividade da cadeia produtiva de produtos orgânicos tem seu fundamento em táticas de diferenciação de produtos. Essa estratégia tem como principal função a criação de produtos diferenciados e com maior valor percebido e que possam atender a consumidores cada vez mais específicos (BUAINAIN; BATALHA, 2007).

A agricultura orgânica tem sido alternativa crescente apresentando uma tendência em alguns países, em especial a Europa, onde encontram-se organizações de pesquisa em agricultura orgânica, responsáveis pelo estudo, extensão e controle do sistema de produção. Onde estas organizações recebem ajuda financeira e plano de desenvolvimento característico para agricultura orgânica, sobretudo para certificação. O que no Brasil, não se tem posicionamento tão definido (DAROLT 2002, apud CONEJERO; CALDEIRA; NEVES, 2007).

As indústrias definem o seu conceito de competitividade através da demanda e seus atributos, mas como segunda ferramenta os recursos como possibilidades estratégicas, caracterizando a competitividade. O que nos dois pontos são posicionamentos uniformes e qualificam a competitividade. GOLDBERG (1957) apud BATALHA e SILVA (2007), durante aplicação do conceito de commodity system approach, abandona o referencial teórico

da matriz insumo-produto para aplicar conceitos oriundos da economia industrial. Assim, o paradigma clássico da economia industrial (Estrutura, Conduta, Desempenho) passa a fornecer os principais critérios de análise e de predição da competitividade da cadeia produtiva de orgânicos no Brasil.

2.5 CONCEITUANDO MAP E SUAS FUNÇÕES

A Matriz de Análise de Política - MAP é um produto de duas faces, uma que define a lucratividade como a diferença entre rendimentos e custos e a outra que mede os efeitos das divergências (políticas que geram distorções e falhas do mercado), como a diferença entre parâmetros estudados e níveis do parâmetro que poderiam existir se as divergências fossem retiradas. Ao finalizar o conjunto de planilhas da MAP para um processo agrícola, um analista pode simultaneamente medir a amplitude de transferências ocasionadas pelo conjunto completo das políticas que agem no sistema e o grau de eficiência econômica do sistema (EMBRAPA, 2010).

Segundo EMBRAPA (2010) a lucratividade é uma teoria básica da pesquisa econômica. O lucro é definido como a diferença entre rendimentos de vendas totais (ou por unidade) e custos de produção. Esta descrição da lucratividade é o primeiro identificador da matriz de contabilidade para o agronegócio. Os lucros são apresentados subtraindo os custos dos rendimentos. Cada item da coluna é um elemento da identidade dos lucros, ou seja, rendimentos menos custos equivalem aos lucros.

2.5.1 Tipos de estudos com a MAP

Uma das ferramentas de análise para se estudar o nível de competitividade das cadeias do agronegócio é a Matriz de Análise de Política - MAP. Dentre outros fatores, esta opção permite ao avaliador, uma visão complexa do processo produtivo, permitindo identificar as falhas na redução de custos e a avaliação dos efeitos que acontecem nos elos anteriores e posteriores da cadeia.

A facilidade de manutenção da MAP e o custo reduzido após a sua implantação estimam e apresentam parâmetros e coeficientes através de constante acompanhamento e sistematizam avaliações sobre os efeitos das políticas que possam afetar a lucratividade.

Existem três categorias principais de perguntas que podem ser analisadas através do estudo da MAP: o impacto da política de preços agrícolas sobre a competitividade e os lucros

no nível do produtor; a importância da política de investimento na eficiência econômica e nas vantagens comparativas; e os efeitos da política de pesquisa agrícola nas alterações tecnológicas, entre outras aplicações, como apresentado a seguir (EMBRAPA, 2010).

a) Competitividade e lucros agrícolas

Que tipos de agentes, caracterizados pelas *commodities* que eles cultivam ou criam, quais as tecnologias utilizadas e as áreas agroclimáticas nas quais as propriedades agrícolas estão, e são competitivos sob as políticas atuais? Mudança dos lucros quando as políticas de preço são modificadas? Política de cultivo (lavoura) ou pecuária, ou seja, como e quanto os preços agrícolas afetam os lucros dos agricultores, é importante e essencial para a elaboração de políticas agrícolas. Na abordagem da MAP, os dados de orçamento das fazendas (rendimentos dos custos e vendas dos insumos para a agroindústria) são coletados para os principais sistemas agrícolas. O cálculo dos lucros que na realidade foram recebidos pelos agricultores sendo resultado inicial direto, mas fundamental para a análise. Apresenta quais agricultores estão competitivos e como os lucros tem a obrigação de serem modificados caso as políticas de preços sejam alteradas. A maior vantagem da MAP é que a informação que é necessária para a avaliação já está disponível, ou pode ser obtida de maneira facilitada (EMBRAPA, 2010).

b) Eficiência e investimento público

A segunda abordagem feita pela MAP, aborda à eficiência econômica atual ou a vantagem comparativa dos sistemas agrícolas (incluindo a pecuária), definidos como cadeias de cultivo ou de criação, processamento e funções de *marketing* no varejo. E como um investimento público incremental pode mudar o modelo atual das eficiências. Em quais métodos de produção de *commodities*, definidos pela tecnologia e zona agroclimática, o país, na atualidade, exibe vantagens comparativas fortes ou fracas? E como podem novos investimentos, usando verbas do governo ou recursos de ajuda externa, aumentar a eficiência? (EMBRAPA, 2010).

Com a estratégia da MAP, o avaliador revisa os rendimentos, custos e lucros obtidos ao coletar as estimativas ao nível dos cultivos nas fazendas e em etapas posteriores. Para obtenção este resultado necessita-se de cálculos de eficiência de produtos e insumos, que podem alcançar as maiores escalas da renda do país. Através destas avaliações sociais pode-se medir o valor das *commodities* produzidas e dos insumos utilizados no processo.

A diferença nos preços sociais é entre receita e custos para um processo dos preços sociais apresentando o lucro social que é uma medida econômica. Quando os investimentos diminuem os custos sociais, eles aumentam os lucros sociais e melhoram a eficiência.

Visando um bom planejamento de aplicações é fundamental ter o entendimento da ordem atual das lucratividades sociais e dos modelos agropecuários, pois sendo desta forma reduz em muito a quantidade de análises detalhadas de custo benefício necessárias para apontar a alternativa de investimento.

c) Eficiência produtiva e pesquisa agrícola

Outro fator intimamente relacionado com a MAP e ao tema eficiência ou competitividade é como melhor alocar as verbas para a pesquisa agrícola. Como a análise econômica pode ser usada para identificar as direções mais frutíferas para as pesquisas primárias e aplicadas, em especial aquelas que tenham como objetivo aumentar a colheita das plantações ou os rendimentos das criações, reduzirem custos sociais e, então, aumentar os lucros sociais? Esta opção multicritério é encarada por tomadores de decisão nos centros internacionais de pesquisa agrícola (o CGIAR, por exemplo, cuja sede está no Banco Mundial), em várias outras organizações internacionais, e em estabelecimentos de pesquisa agrícola controlados por países individualmente. Esta também é uma demanda corporativa importante dos planejadores centrais que fazem alocações dos orçamentos de pesquisa agrícola (EMBRAPA, 2010).

A análise apresentada pela MAP é por equivalência para definir os projetos de investimentos públicos ou privados, que em outras épocas era chamada de avaliação social de projetos. Os níveis atuais de receitas privadas (mercado real) e sociais (eficiência), custos e, portanto, lucros precisam ser estimados para os principais modelos agrícolas. Após os cientistas agrícolas projetam o crescimento de rendimentos e a redução de custos que são aguardados dos programas de pesquisa alternativos. A realidade de tais mudanças pode ser conferida através da análise de como eles modificam os lucros privados e sociais, iniciando por tecnologias e políticas atuais (EMBRAPA, 2010).

2.5.2 Resultados das políticas públicas com a MAP

Os preços de mercado revelam pouca efetividade competitiva dos setores produtivos domésticos nas variações ou enganos de preços. As pesquisas sobre competitividade devem ter foco em questões que ficam fora das cadeias, tais como políticas públicas que podem estar colocando em risco a competitividade econômica do processo e propondo uma melhora destas políticas para gerar benefícios que ultrapassem os limites da eficiência financeira, econômica e social delas, com retornos sobre o bem estar da sociedade (EMBRAPA, 2010).

Os comparativos normalmente realizados pela sociedade no que tange a preços nominais externos e internos apresentam a realidade e encobrem defasagens cambiais, subsídios, tributação, tarifas e outras distorções.

Entre os efeitos mais importantes das políticas públicas nos preços do agronegócio estão a sobrevalorização cambial, crédito externo, impostos e a defesa comercial e da concorrência (EMBRAPA, 2010).

a) Sobrevalorização cambial - os produtos que são exportáveis, a sobrevalorização caracteriza uma taxação implícita sobre os setores das cadeias que percebem pelo produto menos se houvesse equilíbrio na moeda. A aplicação deste tributo se encontra no setor produtivo, em regime comercial aberto como o agronegócio brasileiro, com uso de tarifas como simples política comercial e sem barreiras não tarifárias, a sobrevalorização pode ter, na importação, efeito ampliado quando os produtos importados têm subsídios na origem (EMBRAPA, 2010).

b) Crédito externo - a concessão de crédito pelos exportadores aos importadores nacionais esteve presente com bastante frequência nas preocupações das cadeias agroindustriais. A grande maioria dos setores perdeu competitividade no mercado, devido às condições especiais de juros reduzidos e prazos alargados, concedidos aos produtos importados (EMBRAPA, 2010).

Segundo Nonemberg (1996), essas condições favoráveis de compra do produto importado, em relação ao doméstico, eram feitas com taxas de juros internacionais entre 6 e 8% ao ano, e com prazos de pagamento que atingiam aos 360 dias, condições melhores e mais atraentes que aquelas praticadas nos países em desenvolvimento e agroexportadores.

c) Deficiência das políticas de defesa comercial e da concorrência - LOPES (1995) salienta que com a abertura unilateral utilizada pelos países em desenvolvimento marcou negativamente na competitividade dos setores agroindustriais destes países. Nas negociações do *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) e depois da Organização Mundial do Comércio (OMC), os países da Região estavam com os mercados abertos, com incremento rápido das importações e sem oportunidade aos mercados dos países desenvolvidos. Como não havendo um sistema de controle e monitoramento das importações, como existe nos Estados Unidos, Japão e União Europeia, sendo que estes países ficaram sem uma estratégia de defesa para os mercados domésticos (EMBRAPA, 2010).

O Brasil teve uma abertura comercial, com diminuição de tarifas, mas não estava preparado, institucional e tecnicamente, para discordar das práticas de concorrência desleal,

defendendo os mercados internos. Um papel importante do Estado na abertura comercial, tanto quanto nas relações de competição entre as empresas no mercado doméstico, é promover a proteção da concorrência. Um setor competitivo deve estar protegido da concorrência desleal no mercado interno, quando há concentração e estrutura de poder excessivo de mercado (EMBRAPA, 2010).

d) Impostos - os impostos brasileiros são componentes importantes na determinação dos preços e da competitividade. Existe possibilidade que realmente esta carga esteja onerando os preços dos insumos e dos produtos impedindo o consumo interno e as exportações. Pesquisas nessa linha apresentam que a carga tributária é alta e este excesso de tributos no Brasil, foi salientado nos estudos de Rezende (1983), Rezende (1991), Ipardes (1992), Forchezatto (1994), Vieira et al. (2001) e Martins (2002). Rezende (1991) comenta que um terço do custo da cesta básica alimentar é representado por impostos.

De acordo com a Embrapa (2012) e Giovannini (2001) a compensação pelo empenho despendido na exatidão da coleta de dados e no certo entendimento prático da teoria científica que embasa a MAP, e que via de regra, aparecerá nos resultados dos indicadores de eficiência e competitividade presente nas últimas tabelas da planilha da matriz, gerados por cálculos com os dados de custos e receitas privados e sociais de todos os componentes da cadeia.

Ao analisar os resultados, deve-se aprofundar o conhecimento acerca dos recursos técnicos e base na teoria econômica que a MAP nos fornece. Os recursos técnicos serão demonstrados, passo a passo, com vistas ao entendimento dos resultados avaliados pelo conjunto de planilhas integradas e dinâmicas.

Ao explorar a compreensão dos resultados, inicialmente é fundamental considerar a natureza contábil presente no Quadro 1, integrado na planilha da MAP de modo que os cálculos sejam automaticamente realizados pelas introduções sequenciadas de dados e informações sobre os preços de cada item ou grupo de fatores de produção em cada elo da produção e comercialização do produto padrão em estudo, para a expressão mais simples e direta dos indicadores de eficiência e competitividade da respectiva cadeia produtiva. (EMBRAPA, 2012).

Quadro 1 - Contabilidade da Matriz de Análise de Políticas

Contabilidade da MAP, com indicadores de eficiência econômica e de efeitos de políticas na competitividade de cadeias produtivas agroindustriais				
	Receitas	Custos		Lucro
		Insumos Comercializáveis	Fatores Domésticos	
Preços Privados	A	B	C	D
Preços Sociais	E	F	G	H
Divergências	I	J	K	L

Fonte: Monke e Pearson (1989).

D – Lucro privado ($D = A - B - C$)

H – Lucro social ($H = E - F - G$)

I – Transferência de Produção ($I = A - E$)

J – Transferência de Insumos ($J = B - F$)

K – Transferência de Fatores ($K = C - G$)

L – Transferências Líquidas ($L = D - H$ ou $L = I - J - K$)

O lucro privado D é um critério de competitividade a preços de mercado. Esse valor não deve ser negativo, porquanto, se assim surgir, os dados não foram coletados corretamente ou, caso contrário, a cadeia se encontra em situação muito difícil de continuidade e sobrevivência. Quanto menor for o valor de D, tanto mais ameaçada estará a sustentabilidade da cadeia. Ela deverá ser desonerada de encargos decorrente de políticas públicas e ser alvo de medidas econômico-gerenciais de ajustes na rentabilidade, caso contrário ela não continuará as atividades produtivas e comerciais.

Os insumos comercializáveis são aqueles que podem ser comprados no mercado internacional, tais como fertilizantes, produtos fitossanitários e materiais de consumo anual. Os fatores domésticos são terra, trabalho e o capital físico. As relações listadas são os indicadores gerados pela MAP e obtidas como resultado de operações aritméticas entre colunas e linhas.

O lucro social apresentado pelo indicador, representado pela letra H, indica a eficiência e a vantagem comparativa da cadeia. Quanto maior for o valor de H, tanto mais eficiente será a cadeia. Também indica o máximo de retorno social que a cadeia do corredor estudado pode gerar. Em outras palavras, se forem reduzidos os ônus das políticas públicas e

feitos outros ajustes econômicos ou de gestão, a cadeia atrairá mais investimentos e crescerá vigorosamente. (MONKE E PEARSON, 1989)

As duas primeiras identidades da MAP definem o lucro a preços privados e preços sociais, respectivamente. Observando que o lucro social da cadeia, ou seja, o resultado depois de retirados os impostos incidentes em todos os elos estudados, devem ser maiores do que o lucro privado.

O indicador alcançado estabelece a divergência entre as receitas privadas e sociais. Um valor positivo para a letra I mostra que os produtos finais deste setor estão sendo remunerados por valores maiores de seu custo social ou custo de oportunidade. Esta seria uma situação rara, cuja situação se mostra como uma cadeia que possui subsídio do governo na produção e nas exportações, pois o normal é haver um valor negativo para I. Em algumas oportunidades, os países ou governos marcam os produtos exportados com impostos dentro dos elos das cadeias, quando não criam impostos sobre a exportação podendo até haver retenção ou até a vedação das exportações. Em algumas situações, há governos que recompensam a cadeia, via devolução de determinada soma dos valores exportados. A dissolução FOB dos preços praticado por toda a cadeia produtiva capta o efeito dos impostos. (MONKE E PEARSON, 1989)

Dentro da quarta relação contábil da matriz de análise de política, MAP estabelece a divergência para os fatores que podem ser comercializados. Avaliando um valor positivo para o elemento representado pela letra J que indica que os produtores estão gastando mais do que o custo social dos insumos. Este fator é uma situação comum baseado nas tarifas de importação dos insumos. Assim comparando este modelo pela decomposição do CIF, como apresentado no cálculo dos FC dos insumos mais importantes, os que tem maior percentual nos custos da cadeia.

O valor positivo para K indica a quinta relação contábil e demonstra a divergência para os fatores domésticos. Este valor positivo demonstra que a análise doméstica usada pela cadeia em estudo (terra, trabalho e Capital) estão sendo pagos acima do custo de oportunidade. Desta forma o valor de C for maior do que G irá resultar num valor de K positivo e se muito alto indicará que existem distorções nos mercados destes fatores como sendo o caso dos encargos sociais maiores que o retorno transferido aos trabalhadores.

Segundo Monke e Pearson (1989) a sexta relação que vem da metodologia MAP, apresenta o resultado líquido para a atividade em estudo, provindo da diferença de D-H, que é obtido das planilhas da Metodologia MAP apresentando o resultado líquido para a atividade econômica em pesquisa, obtém pela diferença entre D-H, ou seja, a retirada do Lucro Social

(indicador de letra H) do Lucro Privado (indicador de letra D) e expresso pelo indicador representado pela letra L, cujos resultados esperados, em condições normais, devem apresentar valores negativos, ou seja, os Preços Sociais esperados para a cadeia em estudo devem ser maiores que os preços privados, pois as retiradas dos impostos e de outras distorções de preços devem elevar o lucro da cadeia em estudo.

O correto entendimento e uso deste método de análise com as planilhas da MAP requerem procedimentos experimentais precisos e processos rigorosos de verificação constante dos valores introduzidos para despesas e receitas da cadeia. Além disso, para se obter indicadores confiáveis, é necessário enfatizar um conjunto de observações sobre atitudes científicas mais comuns para o cálculo dos valores na MAP.

Primeiramente, deve-se observar que as correções para obtenção do custo social dos insumos devem considerar todo o processo de produção e comercialização até o porto de embarque ou mercado atacadista. O insumo relevante é, por exemplo, o fertilizante depositado no local onde efetivamente ocorre a produção e, reitera-se, também deve refletir uma realidade adequada aos objetivos do estudo e se originar efetivamente de estabelecimento representativo da cadeia, criteriosamente selecionado.

As correções devem considerar o fertilizante em um país conhecido e com “custos competitivos”, bem como os componentes do custo de transporte. Por exemplo, um Fator de Conversão maior do que a unidade afeta diretamente o indicador das divergências entre o Preço Privado e Preço Social dos insumos intermediários, representado pela letra J. Se o valor de J for negativo, as razões para esse resultado atípico devem ser buscadas nos FC usados para se obter os preços sociais.

Em segundo lugar, note-se que o custo social do capital deve ser incluído no custo dos fatores domésticos de produção. Para determinar este custo social, deve-se estimar o retorno necessário para manter o capital naquela atividade. Assim, quando o lucro social é zero, os proprietários do capital e dos demais fatores domésticos recebem o retorno normal, ou seja, são remunerados pelo respectivo custo de oportunidade.

Por essa razão, o valor K não deve assumir valor negativo, caso contrário, existe uma situação onde os usos dos fatores domésticos para gerar o produto em estudo deixarão de ser rentáveis e poderão ser utilizados noutras formas de geração de lucros, ou seja, a remuneração recebida pela mão de obra, terra e capital são menores naquela atividade que em outras oportunidades de investimento e, com esta condição persistindo, não podem ser esperados novos investimentos neste produto da cadeia analisada.

É o caso de se ter mais lucro com a geração de outro produto naquela mesma terra, obter a maior salário para a mão de obra fora da atividade em estudo ou mesmo receber uma maior remuneração para o capital empregado na geração do produto em estudo em outra aplicação.

Segundo a Embrapa (2010) a relação ao fator terra, o mesmo procedimento pode ser adotado. É importante observar, contudo, que o cálculo do custo de oportunidade do fator terra é um pouco mais difícil, uma vez que o valor alternativo está associado à localização em relação aos centros urbanos, infraestruturas tradicionais (transporte, energia, comunicação, educação) ou até fatores intangíveis (possibilidades de inovação, identidade, lideranças, sentido de pertencer ao território) e também às características de fertilidade, relevo do solo e proximidade de fontes de água.

Devido a este tipo de dificuldade, algumas vezes não se anexa o custo da terra ao custo dos fatores domésticos (tanto o privado quanto o social). Neste caso, o lucro deve ser interpretado como sendo a remuneração residual do fator terra. Entretanto, pode-se tratar a terra como um fator de capital (capital fundiário), como máquinas, equipamentos e benfeitorias.

Analisando, torna-se necessário observar que as divergências entre valores calculados a preços privados e valores a preços sociais normalmente estão ligados a três fatores: impostos e subsídios, políticas para aumentar a eficiência e imperfeições de mercado. Estes casos são bem apresentados pela literatura econômica. Normalmente, o primeiro é o objeto de concentração das análises de impactos de políticas setoriais. Estas análises tendem a dar menor importância aos outros dois.

É possível que uma determinada ação governamental tenha por objetivo aumentar a eficiência, como no caso de existência de ações externas. Nestas situações, via de regra, é possível que a divergência não reflita os impostos ou subsídios que distorcem a alocação, pelo contrário. Dentre desta observação temos um aspecto a ser observado é em relação às imperfeições de mercado, que também estarão apresentadas na divergência (EMBRAPA, 2010).

Após a abertura comercial o país adotou um modelo de tarifas como mecanismo por excelência de política comercial. Contudo, apropriou um regime de tarifas com escalas variáveis, ficando com tarifas diferenciadas entre produtos e insumos, e entre os vários elos de uma cadeia agroindustrial.

2.5.3 Pontos positivos e negativos no uso MAP

A MAP como mecanismo de administração estratégica em cadeia e fundamentalmente por estar baseada em métodos quantitativos, tem vantagens e desvantagens relativas.

EMBRAPA (2010) define as principais vantagens da MAP:

- a) mede a rentabilidade das cadeias em condições equitativas (FOB) em relação aos competidores de fora do país, em terceiros mercados;
- b) mostra a importância de ter as políticas públicas como parcerias e solidárias: na infraestrutura, impostos, insumos estratégicos como combustíveis e energia, encargos sociais, juros, proteção à indústria de insumos etc;
- c) permite identificar cadeias eficientes e submetidas a deficiências de investimentos e de logística, que são comuns em países em desenvolvimento, com destaque para a logística, porquanto há dois elos cujos indicadores são medidos e se referem ao transporte (inclusive com despesas portuárias de outros países concorrentes, com registro de custos, prêmios positivos e negativos, *demurrage* etc.);
- d) permite a visão integrada do processo produtivo da cadeia como um todo, possibilitando a identificação de entraves à redução de custos, por deficiências de infraestrutura de serviços portuários, a partir da “Decomposição FOB dos preços”;
- e) oferece a medida exata de melhoria da eficiência financeira da cadeia após a implementação de um projeto de agroindustrialização da matéria prima (como no caso do terceiro elo);
- f) requer poucas informações, contábeis, na grande maioria, em comparação com outras metodologias que requerem dados de séries históricas, dados primários, amostragem etc;
- g) é de fácil compreensão quando os resultados são transformados em valores absolutos e percentuais, ao invés de índices;
- i) avalia os efeitos de futuros investimentos sobre os elos anteriores e posteriores da cadeia, permitindo a segregação de elos específicos, dentro de uma cadeia consolidada. Nesse caso um elo pode financiar investimentos em outros;
- j) quantifica quanto valor é agregado em cada elo da cadeia, o que facilita as negociações entre elos nas questões de fixação de preços da matéria prima pela agroindústria;

- i) avalia a competitividade da cadeia a partir dos preços no fim da cadeia, para exportação, e a partir dos preços referenciados em mercados internacionais, como para grãos pela *Chicago Board of Trade*, preços cotados por importadores no exterior etc;
- k) identifica até que ponto as políticas públicas interferem na integração produtiva entre cadeias e entre elos (fornecedores de insumos);
- l) mede indicadores de desempenho quantitativos sofisticados em nível de competitividade, tais como coeficientes de proteção nominal, efetiva e custos de recursos domésticos;
- m) tem sólida base em método quantitativo defensável tecnicamente.

Conforme EMBRAPA (2010) a MAP tem desvantagens, em seu processo a seguir apresentamos as principais:

- a) avalia o impacto dos projetos de investimentos em uma cadeia de cada vez e não em cadeias alternativas;
- b) requer produtos homogêneos e preferencialmente cotações transparentes em mercados mundiais e verificáveis;
- c) requer cadeias voltadas frequentemente para o comércio exterior. Não simula bem resultados de cadeias voltadas para o comércio interno;
- d) utiliza preços econômicos, ou seja, preços sem impostos e distorções, que reduzem os incentivos econômicos, o que requer cuidado para não “artificializar” a cadeia;
- e) para a análise de projetos, o recomendável é fazer uso de preços econômicos, pois os impostos e tributos são meras transferências de renda para o Estado e as distorções de políticas levam à subavaliação do impacto econômico dos projetos e do grupo, mas este conceito não é facilmente entendido pelos formuladores de política;
- f) nos preços econômicos se requerem cuidados na coleta dos preços internacionais, fretes e impostos (tarifas), exigindo sempre se tomar preços de um país vizinho e mais barato (para os insumos);
- g) dependência de dados microeconômicos e de boa qualidade para a adequada alimentação do modelo;
- h) não mostra o impacto da tecnologia na competitividade de uma cadeia, sendo necessário formular MAP's independentes para cada tecnologia, por exemplo, atual, melhorada e de ponta;
- i) as tabelas de conversão de preços correntes em preços sociais são dispendiosas e requerem dados elaborados, nem sempre disponíveis, muito embora um número muito

grande de fatores de conversão de preços correntes em preços sociais só seja indispensável em estudos que envolveram mais de uma ou duas cadeias;

j) os resultados, apesar de poderosos em capacidade explicativa, não são de fácil entendimento por parte do público leigo, a menos que sejam transformados;

k) requer experiência no trato da ferramenta e dos dados, o que pode ser superado com o uso repetido.

A aplicabilidade da MAP inicia com a apresentação e localização, na área de influência da cadeia, ou dos processos de exportação e formada pelos seguintes elementos:

a) centros de formação de preços nos mercados internacionais;

b) centros de formação de preços internos, portos ou mercados atacadistas;

c) áreas e centros de concentração de produção;

d) centros de industrialização e processamento;

e) sistemas viários de transportes e logística;

f) centros de produção eficiente, onde estão os estabelecimentos representativos da atividade agropecuária (EMBRAPA, 2010).

O critério de seleção das organizações agrícolas e agroindustriais além dos prestadores de serviço e dos portos deve ser feita nos mais produtivos da cadeia observada.

Seguindo o processo de aplicação identificamos os principais elos das cadeias para onde serão construídas matrizes contábeis para:

a) a produção primária da matéria prima mais importante interno no meio rural;

b) o primeiro transporte da zona produtora até o primeiro processamento industrial;

c) o elo do processamento industrial;

d) o segundo transporte da indústria até os portos;

e) as despesas portuárias (FAS, FOB ou CIF) (EMBRAPA, 2010).

Na preparação das matrizes contábeis é fundamental não destacar os insumos com maior importância e que terão efeito direto nas reduções de custos e resultados de reformas políticas decorrentes da implantação dos projetos de busca da eficiência econômica.

2.5.3 Indicadores de eficiência econômica e competitividade da cadeia pela MAP

Os produtos finais desta metodologia são expressos por seis indicadores-chave, todos da maior importância para a avaliação da eficiência e competitividade de produtos padrões gerados por cadeias produtivas em estudo. As seguintes letras são utilizadas para expressá-los: receitas privadas (A), custos privados dos insumos comercializáveis (B), custos privados dos

fatores domésticos (C), receitas sociais (E), custos sociais de insumos comercializáveis (F), e custos sociais de fatores domésticos (G) (EMBRAPA 2010).

As operações aritméticas feitas com eles dentro da matriz contábil rendem resultados que podem ser usados como indicadores de eficiência. São eles:

Lucro Privado ($LP=A-B-C$): É um significativo indicador de competitividade a preços de mercado para a cadeia estudada e permite a comparação entre corredores de produção-comercialização e entre sistemas de produção-processamento relacionados com um mesmo produto padrão, previamente definido. Com o valor positivo para LP, sinaliza que os agentes permanecerão na atividade e, no futuro, poderão até aumentar os investimentos nos elos da cadeia estudada.

Razão do Custo Privado [$RCP=C/(A-B)$]: Note-se que se o valor de RCP for igual à unidade, o valor adicionado é exatamente igual à remuneração dos fatores domésticos. Um valor de RCP inferior à unidade – resultado que seria considerado normal - indica que os fatores de produção domésticos estão recebendo mais do que o retorno normal. Isto indica que a atividade conseguirá manter os fatores domésticos que nela estão empregados, podendo inclusive vir a se expandir.

Lucros Sociais ($LS=E-F-G$): Mede a eficiência da cadeia agroindustrial ou a vantagem comparativa do corredor de produção-comercialização. A lucratividade social é definida como a medida de eficiência, porque a produção final (E) e os insumos (F+G) estão avaliados em preços que refletem os valores da escassez ou os custos de oportunidade sociais. O lucro social, assim como o análogo lucro privado, é a diferença entre rendimentos e custos, todos medidos a preços sociais.

Custo dos Recursos Domésticos [$CRD=G/(E-F)$]: Quando o valor de CRD é igual à unidade, os fatores domésticos estarão recebendo exatamente seu custo de oportunidade social. Esta atividade, portanto, gera retornos para os fatores domésticos que são compatíveis com o valor que têm para a sociedade. Caso o CRD seja superior à unidade, os fatores de produção domésticos estarão recebendo mais do que seu custo de oportunidade, ou seja, estão sendo subsidiados. Atividades que apresentam valores menores ou iguais à unidade são aquelas em que o país tem vantagem comparativa. Observe-se que quando o valor de RCP é menor ou igual à unidade e CRD é igual à unidade, a atividade é sustentável e os fatores de produção recebem exatamente seu custo social de oportunidade. Note que RCP superior à unidade e CRD igual à unidade indica uma situação insustentável, pois os fatores de produção estão recebendo menos do que o retorno privado normal. É, ainda, uma medida do quanto se utiliza de recursos domésticos para se gerar um dólar de divisa, através da exportação, ou para

se economizar um dólar de divisa através na importação. É importantíssimo ter em mente que aquelas cadeias que têm esse indicador muito baixo possuem a característica de que usam muito poucos fatores de produção internos para se gerar ou economizar divisas.

Transferência Líquida das Políticas (TLP=I-J-K): É a soma dos efeitos de todas as políticas públicas consideradas, ou seja, os efeitos sobre o preço pago pelo produto, sobre os custos dos insumos comercializáveis e sobre o custo dos fatores. É o valor em unidade monetária que as políticas públicas transferem (“para fora”) da cadeia no sistema analisado. No caso, o valor negativo indica que o governo transfere da cadeia, através de políticas públicas, certo montante de renda para outros setores da economia.

Coefficiente de Proteção Nominal (CPN=A/E): É a divisão/comparação do preço privado pelo/com o preço equivalente internacional. Mede a proteção diretamente concedida à cadeia. No caso, um indicador menor do que a unidade indica a desproteção a que está exposta o corredor analisado ou a forma de tributação implícita sobre a cadeia, pois revela que o valor recebido pela cadeia correspondeu a um valor inferior, a preços de mercado, ao respectivo valor econômico. Este indicador capta o efeito total de todas as distorções ou intervenções diretas sobre o mercado do produto principal da cadeia. Este coeficiente pode ser transformado em percentual, multiplicando-o por 100, facilitando sua compreensão.

Coefficiente de Proteção Efetiva [CPE=(A-B)/(E-F)]: É a razão entre o valor adicionado em preços privados e o valor adicionado em preços sociais (insumos valorizados a preços internacionais). Considera os efeitos de políticas distorcivas sobre os produtos e os insumos comercializáveis. No caso, o valor menor do que a unidade representa desproteção (ou taxaço). Quanto mais perto do valor 1, tanto menores são as transferências de renda dos setores produtivos das cadeias para as indústrias de insumos. Este coeficiente pode ser transformado em percentual, multiplicando-o por 100.

Coefficiente de Lucratividade (CL=D/H): Quando os valores dos indicadores D e H são números positivos a interpretação do coeficiente é relativamente simples. Se o coeficiente for maior do que a unidade, indica que a atividade está sendo liquidamente subsidiada e se for menor do que a unidade indica que a atividade está sendo liquidamente taxada. Entretanto, a interpretação é menos transparente quando os dois são negativos e, pior ainda, quando D e H têm sinais contrários. Nesse caso, há que se revisarem os dados que alimentaram a matriz na planilha da MAP.

Subsídios aos Produtores (SP=L/E): O indicador mede, em termos percentuais, o nível de subsidiação que as políticas públicas conferem às cadeias. Entretanto, os percentuais negativos indicam o quanto a cadeia é liquidamente tributada, como resultado de todas as

políticas que distorcem os preços dos fatores, insumos e produtos. Quando negativo esse percentual mede, portanto, a transferência líquida das políticas como proporção da receita social total da cadeia.

Razão Líquida de Transferência (RLT= $K/I-J$): Demonstra os efeitos de divergência das políticas públicas sobre os fatores de produção, em relação às divergências ocasionadas sobre o valor adicionado. O valor deverá ser negativo e menor do que a unidade.

Razão de Lucratividade Social (RLS= H/G): Representa, em termos sociais, a lucratividade dos fatores terra, capital e trabalho. Quanto maior o valor, maior a capacidade de expansão dos fatores de produção na cadeia.

2.6 COMPARAÇÕES ENTRE SISTEMAS AGRÍCOLAS

As entradas da MAP e os resultados esperados nas planilhas que tem produções finais iguais permitem comparações entre os sistemas agrícolas dentro do mesmo país ou entre dois ou mais países. Na avaliação contábil, as medidas são fornecidas como unidades de valor físico de alguma *commodity*. Os comparativos da MAP, podem ser extraídos de dois ou mais sistemas diferentes que produzam a mesma qualidade de uva. Caso seja necessário descontos ou prêmios podem ser utilizados para correção das diferenças pequenas de qualidade.

Se o interesse for focalizar unicamente na comparação de um sistema de um produto com outro, as entradas nas planilhas da MAP fornecem toda a informação necessária para a análise (EMBRAPA, 2010).

2.7 MOTIVAÇÃO DO ESTUDO

Uma justificativa muito frequente para os estudos de cadeias produtivas se relaciona com a baixa rentabilidade total que apresentam ou até mesmo as oportunidades de melhoria gerencial, que se desconhecem ou não foram explicitadas de forma sólida e com quantificação baseada em consistente metodologia científica reconhecida, os quais determinam outros efeitos sociais, como é o caso, por exemplo, daquelas cadeias que enfrentam problemas de competir no comércio exterior ou mesmo competir internamente com os produtos importados.

O motivo para a realização do estudo é analisar a competitividade da cadeia produtiva da uva orgânica através da MAP, visando apresentar os diferenciais que incentivam a produção do produto.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo será apresentada uma pequena caracterização da pesquisa existente indicando a abordagem que será ferramenta para este projeto e suas justificativas.

3.1 ATIVIDADES DE PESQUISA

A pesquisa é um método simplificado para procurar respostas para as questões propostas. Segundo Minayo (1993, p.23), a pesquisa é como uma atividade fundamental das ciências no seu questionamento e descoberta da realidade. É uma atitude e uma prática teórica de busca que define um processo intrinsecamente inacabado e permanente. É uma atividade de aproximação sucessiva da realidade que nunca se esgota, fazendo uma combinação particular entre teoria e informações.

Para Lakatos e Marconi (1991) considerar a pesquisa como sendo um procedimento formal, um método de pensamento reflexivo o qual implica em um tratamento científico e permite saber a realidade ou descobrir verdades parciais. O seu significado é muito mais do que restringir-se procurar a verdade: é achar respostas para questões propostas, fazendo uso dos métodos científicos. Já Chizzotti (1998) a pesquisa estuda o mundo em que o homem vive e o próprio homem. O pesquisador se baseia em observação, reflexão e experiências do passado e do presente para buscar a solução de problemas existentes.

Pesquisar tem caráter pragmático, é um “processo formal e sistemático de desenvolver dentro do método científico. O objetivo principal da pesquisa é apresentar respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos” (GIL, 1999, p.42).

Ao que tange aos objetivos a classificação das pesquisas Lakatos; Marconi (1991) definem três grupos: exploratórias, descritivas e explicativas, melhorando os pensamentos, sendo flexíveis em relação a consideração de diversos aspectos no fato pesquisado.

Segundo Gil (2009, p.42):

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de variações variáveis (...) entre as pesquisas descritivas, salientam-se aquelas que têm o objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental, etc.

O propósito de analisar a produção da uva no Brasil, se dá sob a ótica da MAP (matriz de análises da políticas públicas), procurando analisar a competitividade dos produtos

como estratégia de diferenciação, sendo realizada através de uma investigação teórica-empírica encontrada na literatura.

O ponto de vista dos processos segundo Gil (1996), as informações serão obtidos através de investigação bibliográfica, coleta de dados, sendo que a pesquisa terá o seguinte desenvolvimento: a) caráter do estudo: exploratório e descritiva; b) natureza: aplicada; c) abordagem: qualitativa; d) método: estudo de caso.

Nesta pesquisa quanto aos objetivos será realizada utilizando a metodologia exploratória, a qual tem o objetivo de descobrir as semelhanças entre acontecimento e seus pressupostos teóricos. O estudo exploratório leva não apenas ao conhecimento do tipo de relação, mas, fator determinante a existência de relação. A revisão da literatura sobre o evento proposto abrange perspectivas de análise para o entendimento em questão.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A pesquisa é composta pelo grupo de elementos (empresas, produtos, pessoas, unidades) que tem as características do objeto de estudo VERGARA, (1997). Para Lakatos e Marconi (1982) a amostra faz parte do universo, podendo ser dividida em dois tipos: probabilística e não-probabilística. A primeira baseia-se na escolha aleatória dos pesquisados, a segunda não faz uso de nenhuma forma aleatória de seleção. O universo deste estudo é a cadeia produtiva da uva orgânica da Serra Gaúcha.

A amostragem que será utilizada é a amostragem não probabilística que conforme Lakatos e Marconi (1982) é aquela que surge da necessidade de se investigar uma população escolhida. O critério intencional para escolha da amostra para o estudo se deu pela proximidade com a vinícola. Com a vinícola foi feito o estudo utilizando a MAP com a intenção de obter os indicadores de competitividade da uva orgânica da serra gaúcha. Então o estudo foi realizado em uma vinícola que integraliza todos os elos da cadeia produtiva do produto, do processo produtivo da fruta até a comercialização dos derivados da mesma.

3.3 ETAPAS DA PESQUISA

O estudo foi realizado através das etapas descritas a seguir: tema, determinação da população, entendimento da MAP, conhecimento do processo produtivo da uva orgânica e convencional, conceito teórico, levantamento de dados e análise do material coletado.

Segundo com Yin (2010) o estudo de caso é um dos empreendimentos mais desafiadores na pesquisa. Nos dias de hoje uma das principais modalidades de pesquisa qualitativa nos estudos das cadeias e teve seus procedimentos convencionados de forma adequada a partir da obra de Robert Yin nos anos de 1990 do século XX. O estudo de caso foi definido para o pesquisador que irá utilizá-lo evitando que o andamento da pesquisa se faça através de um relato organizacional ou que se obtenha variáveis incorretas.

As estratégias do estudo de caso deverá vir precedida de um planejamento baseado em critérios, auxiliados pelo referencial teórico, pelas características do caso e todas as ações desenvolvidas na pesquisa até chegar a um relatório final. (YIN, 2010)

A questão de pesquisa (pergunta da dissertação) foi baseada na busca pela análise competitiva da cadeia produtiva da uva orgânica na serra gaúcha com os dados será realizada análise procurando responder ao problema de pesquisa e aos objetivos pré-determinados nesse estudo. Visando atingir os objetivos específicos adotou-se procedimentos para atender a proposta e descreveu-se na sequência das principais fases, sendo resumida nas etapas:

- a) identificação das rotas de comercialização que serão utilizadas;
- b) traçado das rotas de escoamento da produção, beneficiamento e industrialização até mercados atacadistas ou até os portos;
- c) utilização de um estabelecimento representativo, com o maior padrão de eficiência, atuando-se no mercado da cadeia para análise da tecnologia e da estrutura de custos;
- d) avaliação das tecnologias de produção, processamento e industrialização;
- e) avaliação das condições gerais da infraestrutura nas rotas.

Durante a coleta de dados com a vinícola foi realizada uma entrevista com o principal gestor da empresa. A entrevista foi realizada em duas etapas, sendo uma primeira com duração aproximada de 1h45min e a segunda com duração de 2 horas. Além das entrevistas foram feitas visitas a vinícola e também as videiras fazendo observações da forma como os procedimentos acontecem na prática.

3.3.1 Cálculo do valor Privado

Dentro do conceito de MAP, o termo privado quer dizer que os dados observados nos custos e rendimentos que refletem os preços de mercado, reais e pagos ou recebidos por fazendeiros, por comerciantes, ou por processadores no sistema agrícola. Os preços praticados pelo mercado ou reais somam os custos e os valores econômicos subjacentes com seus efeitos

de todas as políticas e erros de mercado que criem modificações no sistema. O primeiro passo para a aplicação empírica da MAP é o cálculo da lucratividade privada de um modelo agrícola em um determinado ano, em sua maioria o último ano e que os dados estejam disponíveis.

O cálculo tem seu princípio na construção de orçamentos em separado para o cultivo ou criação, transporte e processamento. Os meios destes orçamentos são introduzidos a MAP, em moeda corrente local, embora que essa análise possa ser realizada em moeda corrente estrangeira, comparando as cadeias de diferentes países.

A lucratividade privada através dos seus resultados apresenta a competitividade real do sistema agrícola, dados, a tecnologia, os valores da produção final, os custos de insumos e as transferências atuais da política.

O capital e seu custo normal apresentado como o retorno mínimo aproximado pós-tributo (*after-tax*) que os proprietários do capital (terra, trabalho, obras civis, máquinas etc.) pedem para continuar os investimentos no método estudado, sendo incluído nos custos domésticos (C); portanto, os lucros (D) são lucros adicionais, ou retornos acima do normal para os operadores da atividade. (EMBRAPA, 2010)

Segundo a EMBRAPA (2010, p. 39) a lucratividade privada pode ser:

Se a lucratividade privada for negativa ($D < 0$), os operadores estão recebendo uma taxa de retorno abaixo da normal e, assim, pode se esperar a saída desta atividade, a menos que algo cause um aumento do lucro, pelo menos até o nível onde $D = 0$. Por outro lado, um lucro privado positivo ($D > 0$) é uma indicação de retorno acima do normal e deve conduzir a um futuro aumento de investimentos no sistema, se a área de cultivo ou volume da criação puder ser expandido. Ou, por outro lado, qual o cultivo ou criação deve ser explorado a menos, quais as culturas ou criações substitutas não sejam mais lucrativas em nível de preços privados.

O Quadro 2 apresenta a contabilidade da Matriz de Análise de Políticas e os indicadores derivados dos cálculos recomendados.

Quadro 2 - Matriz de análise de políticas e indicadores

MATRIZ DE ANÁLISE DE POLÍTICA				
	Receitas	Custos		Lucros
		Insumos Comercializáveis	Fatores Domésticos	
Preços Privados	A	B	C	D ¹
Preços Sociais	E	F	G	H ²
Efeitos de divergências e de políticas eficientes	I ³	J ⁴	K ⁵	L ⁶
¹ Lucros privados, D, igual a A menos B menos C.				
² Lucros sociais, H, igual a E menos F menos G.				
³ Transferências de produção, I, igual a A menos E.				
⁴ Transferência de insumos, J, igual a B menos F.				
⁵ Transferência de fatores, K, igual a C menos G.				
⁶ Transferências líquidas, L, igual a D menos H; L também igual a I menos J menos K.				

Fonte: Monke; Pearson (1987)

3.3.2 Cálculo do valor público ou valor social

A caracterização social se refere as análises que tentam mensurar a eficiência comparativa nos sistemas agrícolas. Dentro deste contexto os resultados com maior eficiência são utilizados para criar etapas mais elevadas na produção e renda. A abordagem da MAP mede os resultados das políticas que criam distorções e falhas de mercado que atrapalham na conquista dos resultados eficientes.

A EMBRAPA (2010) define os parâmetros para cálculo da lucratividade social, como H , é uma medida de eficiência, porque a produção final (E) e os insumos ($F+G$) estão avaliados a preços que mostram os valores da falta ou dos custos de oportunidade social.

O lucro social, como seu análogo privado, é a diferença entre rendimentos e custos, todos medidos a preços sociais ($H=E-F-G$).

Para a produção final (E) e os insumos (F) que são negociados internacionalmente, as avaliações sociais apropriadas são dadas pelos preços internacionais - preços de importação CIF (incluídos os custos de seguros, fretes e outras despesas) para bens ou serviços que são importados ou preços de exportação FOB (*Free On Board*) para os produtos a serem vendidos no comércio internacional. Os preços mundiais representam a escolha do governo quanto a importar ou exportar a *commodity* em estudo ou produzir domesticamente.

Segundo a EMBRAPA (2010) o valor social da produção doméstica adicional é, então, a poupança de moeda estrangeira ocasionada:

- a) pela redução das importações;
- b) ou o ganho de moeda estrangeira causado pela expansão das exportações;
- c) ou, para cada unidade da produção, do preço CIF de importação ou o preço FOB de exportação.

Algumas dificuldades podem aparecer na MAP com o manuseio de insumos intermediários estes materiais de consumo anual como fertilizantes, pesticidas, vacinas, sementes, rações compostas, eletricidade, transportes e combustíveis. Alguns destes produtos intermediários têm especificidades e são negociados mundialmente, logo apresentam os preços mundiais para servir como referência nas avaliações sociais de eficiência.

3.3.3 Identificando divergências

A segunda identidade da MAP, definida na matriz contábil representada na diz respeito às diferenças entre valores privados e sociais dos rendimentos, dos custos e dos

lucros. Para cada entrada na matriz – medida verticalmente, coluna de cima para baixo – alguma divergência entre o preço privado observado (mercado real) e o preço social estimado (eficiência) é explicado pelos efeitos da política ou pela existência de falhas de mercado. Este relacionamento crítico da análise de política deriva diretamente do conceito de preços sociais. Para se estimar preços sociais deve haver uma correção para os efeitos de políticas que geram distorções, aquelas que conduzem a um uso ineficiente dos recursos, e levam a níveis potenciais de produção e de renda mais baixos.

Políticas que geram distorções são frequentemente introduzidas porque os tomadores de decisões estão dispostos a aceitar algumas ineficiências (e um conseqüente crescimento mais lento da renda) a objetivos não relacionados à eficiência, tais como a redistribuição de renda ou o aprimoramento da garantia doméstica de estoques suficientes de alimentos, recentemente também definido como segurança alimentar. Avaliar os *tradeoffs* (alternativas) entre a eficiência e os objetivos não relacionados à eficiência (*nonefficiency*) é uma parte central da análise de política.

Nem todas as políticas, entretanto, distorcem a alocação de recursos. Algumas políticas são decretadas expressamente para melhorar a eficiência, corrigindo as falhas de mercados do produto ou do fator para uma operação correta.

A EMBRAPA (2010) as falhas de mercado ocorrem sempre que se constata:

- a) existência de tipos de mercados característicos da concorrência imperfeita, como os monopólios e oligopólios, que é o controle do vendedor ou do comprador, respectivamente, sobre os preços de mercado; ou os monopsônios e oligopsônios, que são os mercados com poucos compradores e muitos vendedores e, ao contrário, mercados onde são poucos os vendedores e muitos os compradores, respectivamente, gerando predomínio de poucos em detrimento de muitos na formação de preços e, com isso, criando ambiente favorável para as falhas de mercado;
- b) presença das externalidades, como os custos pelos quais o formador dos preços não pode ser cobrado ou os benefícios pelos quais o fornecedor não pode receber compensação;
- c) as imperfeições do mercado do fator, como é o caso do desenvolvimento inadequado das instituições para fornecer serviços competitivos e a informação completa, que impedem que um mercado crie uma alocação eficiente dos produtos ou dos fatores.

Este conhecimento se faz necessário para distinguir as políticas que geram distorções causando perdas da renda potencial, das políticas eficientes as quais buscam compensar as falhas do mercado criando uma renda maior. Uma vez que as políticas eficientes corrigem, e não causam divergências, elas reduzem as diferenças entre valores privados e sociais.

Na falta de falhas de mercado que prejudicam os mercados dos produtos, todas as divergências entre preços privados e sociais de insumos e produtos finais transacionáveis se devem aos efeitos de políticas que distorcem os incentivos econômicos. Visto que os princípios são iguais para todos os produtos negociáveis, as entradas da matriz para a produção final negociável (rendimentos) e insumos negociáveis podem ser consideradas em conjunto. As mudanças de produção ($I=A-E$) e as transferências de insumos ($J=B-F$) aparecem de dois tipos de políticas: políticas específicas das *commodities* e política da taxa de câmbio, respectivamente, que causam desarmonia entre o preço observado e o preço do produto no mercado internacional (EMBRAPA, 2010).

O Quadro 3 apresenta a contabilidade da MAP expandida e utilizada para novos indicadores de competitividade.

Quadro 3 - Matriz de análise de política expandida

MATRIZ DE ANÁLISE DE POLÍTICA				
	Receitas	Custos		Lucros
		Insumos Comercializáveis	Fatores Domésticos	
Preços Privados	A	B	C	D ¹
Preços Sociais	E	F	G	H ²
Efeitos de divergências e de políticas eficientes	I ³	J ⁴	K ⁵	L ⁶
Efeitos de falhas de mercado	M	N	O	P
Efeitos de políticas distorcivas ⁷	Q	R	S	T
Efeitos de políticas eficientes	U	V	W	X
¹ Lucros privados, D, igual a A menos B menos C.				
² Lucros sociais, H, igual a E menos F menos G.				
³ Transferências de produção, I, igual a A menos E.				
⁴ Transferência de insumos, J, igual a B menos F.				
⁵ Transferência de fatores, K, igual a C menos G.				
⁶ Transferências líquidas, L, igual a D menos H; L também igual a I menos J menos K.				
⁷ Que distorcem os incentivos econômicos.				

Fonte: Monke; Pearson (1987)

As políticas aplicadas em alguns produtos incluem impostos ou subsídios e limitações do comércio. Os rendimentos do produtor por unidade são acrescentados através de subsídios

ao produtor (pagamentos de deficiência), pelas tarifas ou quotas de importação dos produtos (adicionam preços domésticos), ou pelas sustentações de preços domésticos reforçados pelo governo que conserva estoques e requer uma limitação de comércio complementando para produtos negociáveis no mercado.

As políticas diferenciadas de insumos de *commodity* também prejudicam a lucratividade privada. Exemplo, o custo do produtor por unidade pode ser subtraído por subsídios diretos aos insumos nacionais ou aos insumos importados (EMBRAPA, 2010).

As políticas cambiais podem vir a ter um efeito sobre os preços dos produtos. A contabilidade da MAP é feita na moeda corrente do país, mas os preços internacionais são estimados em moeda corrente estrangeira. Assim sendo, uma taxa de câmbio externa é necessária para converter preços mundiais em equivalentes domésticos (EMBRAPA, 2010).

A taxa de câmbio certa a ser utilizada na conversão dos preços mundiais é a taxa que mostre a política macroeconômica adequada. A sobrestimação de uma taxa de câmbio estrangeira acontece quando um governo não acerta a taxa de câmbio o suficiente para equilibrar os efeitos da inflação ou das alterações no preço mundial sobre a competitividade internacional (EMBRAPA, 2010).

Uma taxa de câmbio sobrestimada gera um tributo implícito para produtores de bens transacionáveis, porque reduz quantidade de moeda corrente que é obtida pelas exportações ou paga por importações.

Na falta da política para a *commodity*, o preço internacional de um bem transacionável determina o preço para aquele bem, quando a taxa de câmbio é superestimada, o preço acaba sendo mais baixo do que o nível da eficiência, logo os produtores são taxados verdadeiramente por essa política. A correção para esta distorção na MAP é feita pela mudança dos preços mundiais (E e F, na matriz) à taxa de câmbio apropriada em lugar da taxa oficial (EMBRAPA, 2010).

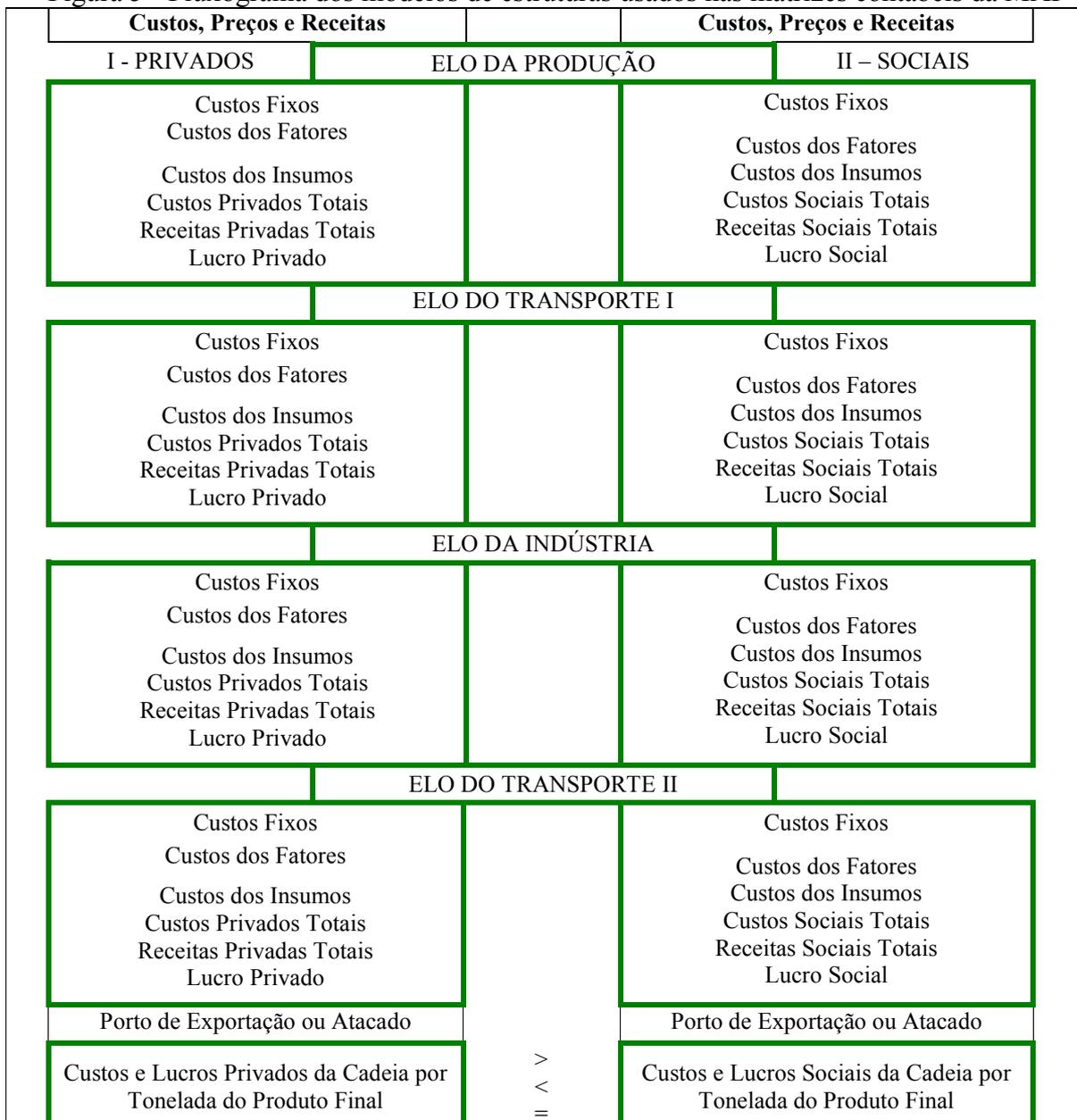
Os preços sociais dos fatores domésticos (G) são obtidos pelo cálculo do custo de oportunidade social, que reflete as condições subjacentes da oferta e da demanda em mercados domésticos. Os preços do fator são influenciados, conseqüentemente, pelo conjunto de políticas macroeconômicas predominantes e pelas políticas de preço das *commodities*.

O governo pode também decretar políticas de impostos ou de subsídios em um ou mais dos fatores (capital, trabalho ou terra) que criam uma divergência entre custos privados e sociais, resultando em subsídio ao sistema ou em imposto para o sistema. Além disso, as imperfeições do mercado, surgidas da informação imperfeita ou das estruturas institucionais

subdesenvolvidas, são características da maioria dos países em desenvolvimento e, conforme pode ser verificado mais adiante, influencia os preços dos fatores (EMBRAPA, 2010).

A abordagem da MAP permite, assim, a comparação dos efeitos de falhas do mercado e de políticas que geram distorções para o conjunto inteiro de políticas de *commodity* e macroeconômicas (fator e taxa de câmbio). Esta comparação pode ser feita para o sistema agrícola completo ou separadamente para cada um dos produtos finais e insumos (EMBRAPA, 2010). O modelo de estrutura usado na matriz contábil da MAP aplicadas aos quatro elos de cadeias agroindustriais, com separação dos preços privados dos sociais, classificados em custos, receitas e lucros, Figura 5.

Figura 5 - Fluxograma dos modelos de estruturas usados nas matrizes contábeis da MAP



Fonte: Embrapa (2010)

A transferência líquida de política e das falhas do mercado (L) é encontrada pela soma dos efeitos separados dos mercados de produto e de fator ($L=I-J-K$). As entradas positivas nas duas categorias de custo, J e K, representam transferências negativas, pois os lucros privados são reduzidos pela drenagem de recursos do setor produtivo feita pelas políticas vigentes. Por sua vez, entradas negativas em J e em K, representam transferências positivas. Portanto, J e K são subtraídos de I, uma transferência positiva, no cálculo da transferência líquida L. A transferência líquida da política com distorções é a soma de todo o fator, *commodity* e políticas cambiais, desassociada das políticas eficientes que compensam falhas do mercado (EMBRAPA, 2010).

A transferência líquida é encontrada também na comparação dos lucros privados e sociais. Esta transferência deve, por definição, ser idêntica na matriz contábil de entrada dupla ($L=I-J-K = D-H$). A desagregação das transferências totais líquidas explicita se cada política distorcida fornece transferências positivas ou negativas ao sistema.

Portanto, pode se considerar que estas informações representam aqueles que realizam todo o esforço possível para a eficiência produtiva e, como tal, podem ser considerados aptos e amparados para solicitar eventuais mudanças de políticas ou adoção de medidas de correção de distorções de preços que os resultados da MAP evidenciarem.

3.4 COLETA DE DADOS

Para garantir a qualidade das informações coletadas e a efetividade dos indicadores gerados pela MAP é preciso estar atento a requisitos importantes. Sendo que abaixo está disponível um *checklist* para auxiliar e assegurar a integralidade e excelência no levantamento de dados e informações, o qual é sugerido como medida de elevar a facilidade de preenchimento das planilhas integradas. (EMBRAPA, 2010)

A seguir, destacam-se os pontos que serviram de roteiro para a coleta de dados:

- a) através da coleta de dados e informações primárias de alta qualidade, para todos os elementos da matriz, é o ponto de partida do estudo, segundo os objetivos previamente definidos;
- b) o cálculo dos preços sociais será feito com o recurso aos chamados Fatores de Conversão, que serão explicados mais adiante, mas que necessitam da coleta de dados de preços internacionais, custos de fretes de um país vizinho, despesas de embarque e desembarque etc.;

- c) em quase todos os casos, os rendimentos e custos privados são recolhidos primeiramente. Assim, a lucratividade privada dos elos e da cadeia são os primeiros resultados de cunho prático e aplicável entre as saídas da MAP.
- d) a coleta de informações deve ser feita em fontes confiáveis para garantir a qualidade dos produtos finais do método aqui descrito, que é sensível às deficiências de dados e classificação deles nas entradas das planilhas;
- e) em alguns casos, podem ser usados os dados de pesquisa, mas os melhores dados são aqueles efetivamente praticados no mundo real. O que deve ser valorizado é a informação de estabelecimento representativo possível para preencher a matriz;
- f) a validação das informações depende de levantamento e análise prévia de dados microeconômicos, do registro da complexidade das cadeias representativas selecionadas para análise, verificação das informações durante o trabalho de campo e interpretação dos resultados preliminares de cada elo, que inclui variação de sensibilidade das variáveis impactantes dos resultados finais da MAP.

3.5 TRATAMENTO DOS DADOS

Os principais cuidados nos procedimentos da coleta de dados estão relacionados a seguir e seguem os princípios de orientação para a qualidade. Trata-se de um conjunto de instruções que devem ser observados:

- a) primeiro não se devem adotar preços de apenas uma safra ou somente de um ano-safra, nem preços internacionais (na decomposição FOB) de um ano, muito menos fretes (tarifas de fretes) no pico da safra. O correto é tomar a média de uma série de preços dos últimos cinco ou seis anos, eliminado o maior e o menor valor. Deve-se usar um preço normal, que não reflita anos de preços elevados ou baixos, a critério da experiência do pesquisador. Cuidado especial deve ser dispensado à taxa de câmbio corrente, em especial para não usar “picos e vales”;
- b) por estabelecimento representativo, entende-se que produtores e agroindústrias devem estar no intervalo do *benchmark* do setor, mais próximo do nível de excelência do que o nível crítico: as empresas devem

representar cadeias eficientes, devendo obrigatoriamente estar nas escalas técnicas e econômicas mais eficientes;

- c) na coleta dos dados, em cada elo, deve-se verificar se o lucro (do elo) é positivo. A metodologia MAP tem dificuldade de trabalhar com lucros negativos em elos específicos, pois a cadeia não pode “financiar” elos ineficientes. Caso o pesquisador encontre lucro negativo, recomenda-se averiguar a qualidade dos dados e erros de medida;
- d) os dados podem ser obtidos por informantes qualificados ou pela técnica de Consenso de Painel, onde um grupo de informantes criteriosamente selecionados e reunidos converge ao consenso sobre os dados médios ou maior frequência de respostas e, depois, os validam;
- e) no caso dos impostos, usados nas planilhas dos elos, é necessário usar as alíquotas efetivamente pagas. Esses dados constam dos registros contábeis. Não devem ser usadas alíquotas nominais, que podem distorcer os resultados. Os impostos efetivamente pagos podem resultar da aplicação das alíquotas nominais, mas há créditos tributários e deferimento de pagamento dos impostos;
- f) nos levantamentos dos dados dos custos do trabalho, os componentes são:
 - i) os salários,
 - ii) os benefícios adicionais, tais como o adiantamento das férias,
 - iii) as gratificações,
 - iv) vales refeição e transporte etc.

Todos devem ser tratados como salários. Uma categoria à parte, que deve ser separada, são os encargos sociais, em duas categorias:

- i) parte dos encargos que revertem em benefício ao trabalhador e
- ii) parte dos encargos que oneram a folha de pagamento, não retornam ao trabalhador e não são benefícios diretos ao trabalhador. Estes encargos têm que ser separados e são políticas públicas que representam fonte de arrecadação dos governos (“quase-impostos”);
- g) além do câmbio, a taxa de juros merece cuidados especiais. A MAP usará o juro de mercado, o juro informado pelo Banco Central como valor da taxa de juro de longo prazo (como a TJLP), o juro do custo de oportunidade do dinheiro e, naturalmente, tem sido usado o juro do país concorrente como juro para o custo social do capital. Por exemplo, quando a taxa brasileira de

- juros era maior do que 20% ao ano, usou-se o juro da Argentina há anos atrás, de 9%;
- h) os produtos finais podem ter dois ou três destinos e é necessário separar as proporções e preços de cada um:
 - i) exportação;
 - ii) mercado atacadista interno; e
 - iii) produto para processamento industrial.
 - i) o elo da agroindustrialização tem informações e dados confiáveis, que podem ser recolhidos na contabilidade das empresas. Entretanto, os dados contábeis, como o restante de todos os dados, devem ser analisados e criticados antes de serem inseridos nas planilhas. Uns dos dados mais críticos são os referentes aos custos fixos. Devem ser estimados obrigatoriamente a partir da capacidade instalada total da unidade de processamento;
 - j) é comum haver ineficiências nas cadeias produtivas, decorrentes de elevadas despesas portuárias, prêmios negativos, *demurrage*, taxas de espera dos navios nos portos etc. Estes dados devem ser mantidos, mas a planilha pode ser re-estimada sem estas peculiaridades para fim de diálogo com o governo. O mesmo pode ser feito com os fretes ou outro item, quando são muito elevados.

Decomposições FOB e CIF: as planilhas da metodologia MAP calculam a paridade de preços em nível do primeiro elo da cadeia, geralmente nas áreas de produção de matérias primas, a partir dos preços vigentes nos portos de embarque ou desembarque dos produtos ou manufaturas. Estes preços também são conhecidos como preços de paridade, paridade no interior ou como *border prices*.

Os agentes de mercado os calculam diuturnamente, para saber o valor dos produtos no interior a partir de preços cotados em mercados transparentes e a partir de produtos homogêneos. Geralmente é preciso fazer correções de ágios e deságios por qualidade, adicionar prêmios ou penalidades nos portos etc.

Segundo Giovannini (2001) o agente de mercado conhece muito bem estes procedimentos e é conveniente considerar tais incidências sobre os preços pagos e recebidos pelos agentes da cadeia produtiva, como forma de refletir ao máximo a realidade da eficiência e competitividade.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa da competitividade da uva orgânica fazendo uma relação das teorias apresentadas com os dados coletados através da entrevista e das observações determinadas pela MAP.

A seguir serão apresentados os dados seguindo as etapas da MAP para a avaliação de competitividade das cadeias produtivas.

4.1 CUSTO TOTAL DA CADEIA

Após a análise dos dados e a aplicação dos mesmos na planilha temos a estruturação de alguns resultados e a estruturação contábil como base para este tipo de produto.

A apresentação dos resultados da análise da situação da cadeia agroindustrial da uva orgânica de uma vinícola da serra gaúcha que foi apresentada em duas etapas tendo a primeira a descrição das operações e custos totais em grupos de despesas e após a interpretação dos indicadores da contabilidade da MAP. Nessa análise apresentando a organização dos custos totais identificados por insumos fixos, mão de obra e insumos intermediários que observamos podem ser observadas no Quadro 04, evidenciando a maior participação dos insumos intermediários (84,02%) no custo total da cadeia.

Quadro 4 - Cálculo do custo total da cadeia

Itens	Total	% Partic.
I – Custos fixos	224,00	14,68
II – Custo do trabalho	19,85	1,30
III – Insumos intermediários	1.281,63	84,02
IV – Custo total	1.525,47	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

O custo fixo tem pouca representatividade no custo total da cadeia devido ao produto ser uva orgânica, representando somente 14, 68% do custo total da cadeia. Ao cultivar a fruta existem somente produtos com base ecológica para fomento ou adubação da planta.

O custo do trabalho representa ainda menos devido ao método ser ecológico propiciando menos aplicação de defensivos químicos visto que a maioria dos produtos aplicados tem base orgânica. No que tange ao custo do trabalho o custo fica em 1,30%.

4.1.1 Análise por elos

As estruturas integradas e dinâmicas de planilhas contábeis, como está apresentado no estudo, apresentam-se em linhas e colunas, separadas para Preços Privados (1ºEloP, 2ºEloP, 3ºEloP e 4ºEloP) e para Preços Sociais (1ºEloS, 2ºEloS, 3ºEloS e 4ºEloS). O conjunto de planilhas 1ºEloP, 2ºEloP, 3ºEloP e 4ºEloP se referem aos custos e receitas a preços correntes, de mercado. O conjunto de planilhas 1ºEloS, 2ºEloS, 3ºEloS e 4ºEloS se referem aos custos e receitas sociais. Neste capítulo estaremos avaliando os elos da cadeia e seus resultados apresentados para que possamos avaliar a competitividade da mesma.

4.1.2.1 O 1º elo da cadeia

No 1º Elo P - a preços privados, que vai desde o plantio até a fase de colheita. No Quadro 5 está a análise do 1º Elo da cadeia, que apresenta um custo fixo bastante reduzido devido ao método de cultivo da fruta.

Quadro 5 - 1º elo da cadeia

(continua)

1º Elo		%Grupo	Acumulado	%CT	Acumulado
I – Custos fixos					
	Custo				
Esterco bovino	0,32	21,20	21,20	0,03	0,03
Calda de cinza	0,21	14,14	35,34	0,02	0,04
Calda de bordaleza (sulfato)	0,21	14,14	49,48	0,02	0,06
Thricoderma aéreo	0,32	21,20	70,68	0,03	0,09
Leite Crú	0,11	7,07	77,75	0,01	0,09
silício	0,05	3,53	81,28	0,00	0,10
extrato de alho	0,01	0,35	81,64	0,00	0,10
Biofertilizante - supermagro	0,02	1,41	83,05	0,00	0,10
Mudas	0,25	16,95	100,00	0,02	0,12
Subtotal I	1,50	100,00		0,12	
II – Custo do trabalho					
1. Trabalho permanente	1,20	13,33	13,33	0,10	0,10
Encargos sociais	0,60	6,67	20,00	0,05	0,15
2. Trabalho temporário	1,20	13,33	33,33	0,10	0,24
Encargos sociais	0,60	6,67	40,00	0,05	0,29
3. Administrador	0,00	0,00	40,00	0,00	0,29
Encargos sociais	0,00	0,00	40,00	0,00	0,29
4. Manutenção e reparo	1,20	13,33	53,33	0,10	0,39
Encargos sociais	0,60	6,67	60,00	0,05	0,44
5. Salário do tratorista	0,00	0,00	60,00	0,00	0,44
Encargos sociais	0,00	0,00	60,00	0,00	0,44
6. Outros	1,20	13,33	73,33	0,10	0,53
Encargos sociais	0,60	6,67	80,00	0,05	0,58

(conclusão)

1º Elo		%Grupo	Acumulado	%CT	Acumulado
7. Assistência técnica	1,20	13,33	93,33	0,10	0,68
Encargos sociais	0,60	6,67	100,00	0,05	0,73
Subtotal II	9,00	100,00		0,73	
III – Insumos intermediários					
Cal virgem	60,00	4,90	4,90	4,86	4,86
Fosfatos	480,00	39,20	39,20	38,87	38,87
enxofre mineral	12,00	0,98	0,98	0,97	0,97
Pergamanato de potássio	2,50	0,20	0,20	0,20	0,20
Mudas	275,00	22,46	22,46	22,27	22,27
Fitas	75,00	6,12	6,12	6,07	6,07
Limpeza do terreno (roçada)	200,00	16,33	16,33	16,19	16,19
Poda e formação de parreira	50,00	4,08	4,08	4,05	4,05
colheita	70,00	5,72	5,72	5,67	5,67
Subtotal III	1.224,50	100,00		99,15	
Total (I + II + III)	1.235,00				

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

O Quadro 5 apresenta o primeiro Elo da cadeia da uva orgânica 0,12% do custo fixo e com um custo aproximado de R\$ 1,50 Reais por hectare produzido. Seguindo neste método analítico tem-se o custo total do trabalho que fica neste elo em 0,73% e o valor do trabalho representando R\$ 9,00 Reais por hectare plantado. No que tange aos insumos intermediários incluídos neste elo tem-se o custo de 99,05% com um custo aproximado por hectare de R\$ 1.224,50 e totalizando os custos totais do primeiro elo somam R\$ 1.235,00.

4.1.2.2 O 2º Elo da cadeia

No 2º Elo P é o primeiro transporte na cadeia, com preços privados incidentes, que transfere a matéria-prima desde a propriedade rural até a unidade de beneficiamento. Os custos deste elo representam a parte de sustentação à colheita.

O custo fixo deste elo fica prejudicado a medida que a locomoção da videira até a usina nem sempre tem estradas em condições adequadas ao transporte. O custo do transporte fica em R\$ 0,82 por km rodado, representando 7,34% do custo total. O custo do trabalho deste elo representa um custo de R\$ 4,34 Reais por hectare, representando 38,99% do custo total deste elo na cadeia.

No Quadro 6 apresenta-se os resultados para o 2º elo da cadeia.

Quadro 6 - 2º Elo da cadeia

2º Elo		%Grupo	Acumulado	%CT	Acumulado
I – Custos fixos					
	Custo				
Diesel	0,23	28,57	28,57	2,10	2,10
óleo	0,05	6,49	35,06	0,48	2,57
Peça	0,21	25,97	61,04	1,91	4,48
Lona	0,32	38,96	100,00	2,86	7,34
Subtotal I	0,82	100,00		7,34	
II – Custo do trabalho					
Salário do motorista	1,20	27,68	27,68	10,79	10,79
Encargos sociais do motorista	0,97	22,28	49,95	8,69	19,47
Salário do ajudante de motorista	0,00	0,00	49,95	0,00	19,47
Encargos sociais do ajudante	0,00	0,00	49,95	0,00	19,47
Mão de obra manutenção	1,20	27,68	77,63	10,79	30,26
Encargos sociais	0,97	22,37	100,00	8,72	38,99
Subtotal II	4,34	100,00		38,99	
III – Insumos intermediários					
Manutenção	0,54	9,05	9,05	4,86	4,86
Diesel	2,16	36,18	45,23	19,42	24,28
Pneus	2,15	36,01	81,24	19,33	43,61
Seguro	1,12	18,76	100,00	10,07	53,68
Custos administrativos	0,00	0,00	100,00	0,00	53,68
Outros	0,00	0,00	100,00	0,00	53,68
Subtotal III	5,97	100,00		53,68	
Total (I + II + III)	11,12				

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Vale ressaltar que as funções deste elo na grande maioria se dão apenas em um determinado período do ano o que demonstra ser um elo que o custo do trabalho tem expressão significativa no custo. No que tange aos custos intermediários deste elo, temos a seguinte proporção R\$ 5,97 por hectare e uma representatividade no custo de 53,68% do custo total do elo na cadeia. A representatividade do custo do elo perante a cadeia é de R\$ 11,12 por hectare produzido.

4.1.2.3 O terceiro elo da cadeia

O 3º Elo P e preços privados no segmento de transformação e embalagem dos produtos da cadeia em estudo. O objetivo deste elo é atender as demandas referente ao beneficiamento do produto.

Dentro da análise do terceiro elo tem-se um custo fixo de R\$ 192,69 por hectare e que muitas pequenas empresas ou pequenos produtores terceirizam o processo o que pode existir uma variação deste item sendo transportado para custo intermediário se for o terceirizado o

processo. O percentual representativo do custo fixo deste elo é de 97,33% do custo total do elo na cadeia, desta forma tem-se um custo maior devido aos implementos ou máquinas necessárias para a execução do processo.

O Quadro 7 apresenta os resultados para o 3º elo da cadeia.

Quadro 7 - 3º Elo

3º Elo		%Grupo	Acumulado	%CT	Acumulado
I – Custos fixos	Custo				
Máquinas	38,40	19,93	19,93	19,40	19,40
Utensílios	45,29	23,50	43,43	22,88	42,27
móveis	0,00	0,00	43,43	0,00	42,27
informática	109,00	56,57	100,00	55,06	97,33
Subtotal I	192,69	100,00		97,33	
II – Custo do trabalho					
Mão de obra temporária	1,20	27,65	27,65	0,61	0,61
Encargos sociais	0,97	22,35	50,00	0,49	1,10
Mão de obra permanente	1,20	27,65	77,65	0,61	1,70
Encargos sociais	0,97	22,35	100,00	0,49	2,19
Administração (pessoal)	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Encargos sociais	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Administração geral	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Encargos sociais	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Pessoal de vendas	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Encargos sociais	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Benefícios	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Encargos sociais	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Participação nos resultados	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Encargos sociais	0,00	0,00	100,00	0,00	2,19
Subtotal II	4,34	100,00		2,19	
III – Insumos intermediários					
Detergente	0,12	12,82	12,82	0,06	0,06
oleo mineral	0,26	28,21	41,03	0,13	0,19
Materiais de Segurança	0,54	57,69	98,72	0,27	0,47
limpeza	0,01	1,28	100,00	0,01	0,47
Subtotal III	0,94	100,00		0,47	
Total (I + II + III)	197,97				

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

O custo do trabalho tem uma representação de R\$ 4,34 por hectare de uva produzida, com uma representação de 2,19% no custo do elo na cadeia. Os insumos intermediários tem uma representação de 0,94 centavos na sua soma total da cadeia e sua representatividade no custo total da cadeia é de 0,47%, sendo soma total deste elo na cadeia de R\$ 197,97.

4.1.2.4 Quarto elo

O 4º Elo P, segundo transporte na cadeia, com preços privados incidentes, que leva o produto gerado no beneficiamento até o local de embarque para exportação ou até a rede atacadista. Neste elo tem as avaliações dos agentes de transporte e ou distribuidores que desta forma teremos em alguns casos o custo medido pelo preço de venda do produto através de seus percentuais para medição do custo deste elo para a uva orgânica.

O Custo deste elo pode ser um tanto relativo devido ao canal de comercialização escolhido pela matriz de negócio avaliada. Neste ponto estamos avaliando o custo do frete próprio feito pela própria empresa para seus clientes e ou parceiros, custo este que ficou em 28,99 por hectare, representando dentro da cadeia como custo fixo um percentual de 35,62% no total do elo na cadeia.

No Quadro 8 mostra-se o 4º elo da cadeia ou seja P.

Quadro 8 - O 4 Elo

4º Elo		%Grupo	Acumulado	%CT	Acumulado
I – Custos fixos		Custo			
Caminhão	22,77	78,55	78,55	27,98	27,98
Carroceria	6,22	21,45	100,00	7,64	35,62
Subtotal I	28,99	100,00		35,62	
II – Custo do trabalho					
Salário do motorista	1,20	55,30	55,30	1,47	1,47
Encargos sociais do motorista	0,97	44,70	100,00	1,19	2,67
Salário do ajudante de motorista	0,00	0,00	100,00	0,00	2,67
Encargos sociais do ajudante	0,00	0,00	100,00	0,00	2,67
Mão de obra manutenção	0,00	0,00	100,00	0,00	2,67
Encargos sociais	0,00	0,00	100,00	0,00	2,67
Subtotal II	2,17	100,00		2,67	
III – Insumos intermediários					
Oficina/peças/acessórios	5,66	11,27	11,27	6,95	6,95
Diesel do cavalo mecânico	9,48	18,88	30,15	11,65	18,61
Diesel da refrigeração	0,00	0,00	30,15	0,00	18,61
Lubrificação	0,55	1,10	31,25	0,68	19,28
Lavagem	25,00	49,78	81,02	30,72	50,00
Pneus	5,18	10,31	91,34	6,36	56,37
Despesas administrativas	0,54	1,08	92,41	0,66	57,03
Seguro do caminhão	3,81	7,59	100,00	4,68	61,71
Outros	0,00	0,00	100,00	0,00	61,71
Subtotal III	50,22	100,00		61,71	
Total (I + II + III)	81,38				

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

O custo do trabalho ficou menor devido ao motorista que realiza esta etapa poder realizar a etapa anterior (da videira até o beneficiamento) o que facilita e reduz o custo em novas contratações baseado neste comentário tem-se um custo de R\$ 2,17 e a representatividade percentual na cadeia fica em 2,67% do total do elo na cadeia. Na análise dos insumos intermediários temos um custo de R\$ 50,22 por hectare e uma representatividade no total da cadeia no elo de 61,71%, a soma total do quarto elo da cadeia é de R\$ 81,38.

O que vale ressaltar que esta pesquisa não apurou custo de exportação devido a empresa entrevistada não estar listada como exportadora e nem seu produto ter sido testado no mercado internacional.

4.1.2.4 Custo de formação de Pomar

Na MAP calcula-se todos os elementos que fazem parte do pomar da uva orgânica. Segundo Mello, (2005) considerou-se um vinhedo conduzido com espaçamento de 3 metros entre filas por 6,0 metros entre plantas. Para a instalação foram considerados todos os custos, exceto a remuneração da terra e os juros sobre o capital empregado. Os custos totais de implantação por hectare somam R\$ 41.238,10. Baseado na correção deste indicador e dos custos da matéria prima sendo atualizada aos dias de hoje e a atualização monetária terá um valor aproximado ao sugerido e apontado no Quadro 9.

Quadro 9 - Custo de formação de 1 hectare do pomar de UVA ORGÂNICA

(continua)

Descrição	Unidade de medida	Valor unitário R\$	Fase de formação					
			Ano 0		Ano 1		Ano 2	
			Qtde.	Valor	Qtde.	Valor	Qtde.	Valor
I – Custo variável total				28.638		5.723		6.703
A – Serviços				3.419		2.566		3.056
– Construção da espaldeira	h/h	0,81	2.400	1.940				
– Limpeza (retirada de pedras e raízes)	h/h	4,75	50	238				
– Marcação do pomar	h/h	5,37	27	145				
– Coveamento/Plantio	h/h	4,75	80	380				
– Rega/Tutoramento	h/h	4,75	63	299				
– Roçada	h/h	17,84	9	161	15	268	9	161
– Pulverização	h/h	5,35			100	535	10	53
– Arqueamento/Replantio	h/h	5,39			166	895	166	895
– Instalação arame	h/h	51,32	5	257				
– Poda	h/h	5,39			161	868	161	868
– Raleio	h/h	5,39					200	1.079
B – Insumos		0,00		23.613		2.073		2.563
– Calcário	t	85,64	15	1.285				
– Ureia	kg	1,20	250	299	58	69	90	108
– Superfosfato triplo	kg	1,18	400	470				
– Cloreto de potássio	kg	0,94	260	244				
– Bórax	kg	2,22	20	44				
– Adubo orgânico	kg	0,28	500	140				
– Quebra de dormência	L	40,15			3	120	7	281
– Adubos	kg	1,99			42	83	82	163
– Fungicida	kg	88,47			13	1.150	14	1.239
– Inseticida	kg/L	43,40			5	217	8	347
– Formicida	kg	9,37			5	47	5	47
– Palanques de madeira	unid.	9,97	180	1.795				
– Cabeceiras de madeira	unid.	9,97	180	1.795				
– Âncoras de metal com rabichos	m	0,65	80	52				
– União para arame (griple)	unid.	3,18	22	71				
– Arame liso	m	0,21	2.400	514				

(conclusão)

– Pós-emergente	L	16,06			22	349	21	335
Descrição	Unidade de medida	Valor unitário R\$	Fase de formação					
– Armadilhas/Atrativos/Conf. Sexual	unid.	4,68			2	11	2	11
– Mudas	unid.	6,02	2.800	16.861				
– Combustível	L	2,48	10	25	3	7	6	15
– Fita para arqueamento	kg	18,31	1	18	1	18	1	18
C – Despesas complementares				1.606		1.084		1.084
– Administradores/Auxiliares				727		543		543
– Elaboração do projeto e assistência				361				
– Agrônomo próprio				207		309		309
– Contabilidade/Escritório				162		121		121
– Luz/Telefone				6		4		4
– Conservação de benfeitorias				143		107		107
II – Custo fixo total				3.143		2.614		2.924
– Depreciação (*)				524,003		392		392
– ITR				10,9062		8		8
– Remuneração do capital (*)				215,67		161		161
– Remuneração do capital (pomar)				1718,3		1.549		1.859
– Remuneração do capital terra				674,444		504		504
III – Custo total (I + II)				31.782		8.337		9.627
Valor presente a 6% ao ano				31.782		7.865		8.568
IV – Custo total de formação (VP do CT Anos 0 + 1 + 2)				48.214,75				

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

A produção média esperada é de 20 t/ha para cada uma das safras, sendo que o preço da uva Orgânica para a Safra Normal é de R\$ 1,20 ao quilo. Em anos anteriores os preços praticados foram um pouco inferiores, no entanto em 2014 deverão obter recuperação, podendo ser superiores à média considerada (EMBRAPA, 2014).

4.2 LUCROS E CUSTOS PRIVADOS E SOCIAIS DAS ATIVIDADES

Na tabela Lucros e custos privados se tem também a análise dos custos sociais o que apresenta as diferenças entre os modelos privado e social, além de calcular a diferença dos dois modelos.

No Quadro 10 está apresentado o custo social comparado ao custo privado e nesta avaliação podemos verificar que existe uma expectativa social maior do que a relação privada do preço. Ao avaliar percebemos que a diferença de um modelo para o outro define a expectativa social sobre aquele processo, gerando diferenças do valor real comercializado.

O coeficiente final no âmbito da fazenda ficou em R\$ 13.482,00 este coeficiente é a conversão do produto in natura para o produto industrializado. O que define como preços e custos sociais servem prioritariamente para evidenciar e, sobretudo, medir o peso das políticas públicas e seus impactos na cadeia produtiva.

Desta forma a estimativa dos valores de custos e receitas de produtos e insumos com menores impostos e tarifas quantificando a eventual necessidade de redução dos encargos sociais, que oneram a folha de pagamento de todas as empresas dos elos. A elasticidade da lucratividade social em relação a um parâmetro particular pode ser expressa como a relação entre a mudança percentual no lucro social e a mudança percentual no parâmetro. Quanto maior a elasticidade, mais sensíveis são os resultados ao erro de medida (ou à mudança do parâmetro) no exercício da avaliação a preços sociais.

4.3 INDICADORES PRIVADOS E SOCIAIS DO SISTEMA

Os resultados apresentados nas planilhas finais, são os resultados mais importantes da MAP, neste caso este modelo está situado na tabela três, o modelo calcula automaticamente na sequência das planilhas desde o começo. Nelas está o resumo das medidas de resultado da competitividade da cadeia da uva orgânica.

Nesta última análise de competitividade está apresentando os percentuais que foram construídos ao longo do estudo, Quadro 11.

Quadro 11 - Matriz de contabilidade do sistema

Produto	Uva Orgânica		Unidade monetária	Real
Unidade: 20 t/há				
	Receitas	Transacionáveis	Fatores	Lucros
Privados	A	B	C	D
	31.000,22	59,87	235,59	30.704,75
Sociais	E	F	G	H
	29.081,60	25,00	10.221,14	18.835,46
Efeitos de divergência	I	J	K	L
	1.918,62	34,88	(9.985,54)	11.869,29

Fonte: dados da pesquisa (2014)

O lucro privado D é uma medida da competitividade a preços reais de mercado. Esse valor não pode ser negativo, porquanto, se assim resultar, os dados não foram coletados corretamente ou, caso contrário, a cadeia se encontra em situação muito difícil de continuidade e sobrevivência. Quanto menor for o valor de D, tanto mais ameaçada estará a sustentabilidade da cadeia. Ela deverá ser desonerada de encargos decorrente de políticas públicas e ser alvo de medidas econômico-gerenciais de ajustes na rentabilidade, caso contrário ela ao continuará as atividades produtivas e comerciais. Neste caso atingiu um lucro de R\$ 30.704,75, ou seja, a cadeia é rentável.

O lucro social expresso pelo indicador, representado pela letra H, indica a eficiência e a vantagem comparativa da cadeia. Quanto maior for o valor de H, tanto mais eficiente será a cadeia. Também indica o máximo de retorno social que a cadeia do corredor estudado pode gerar. Em outras palavras, se forem reduzidos os ônus das políticas públicas e feitos outros ajustes econômicos ou de gestão, a cadeia atrairá mais investimentos e crescerá

vigorosamente. Neste caso o lucro social atingiu R\$ 18.835,46 apresentando um sinal positivo no crescimento da cadeia.

A terceira relação contábil ou indicador obtido estabelece a divergência entre as receitas privadas e sociais. Um valor positivo para a letra I indica que os produtos finais deste setor estão sendo remunerados por valores acima de seu custo social ou custo de oportunidade. O custo para I na uva orgânica é de R\$ 1.918,62 a remuneração acima deve-se pela especificidade do produto que é cultivado em menor quantidade.

A quarta avaliação contábil da MAP estabelece a divergência para os insumos comercializáveis. Neste caso, um valor positivo para o indicador representado pela letra J indica que os produtores estão pagando mais do que o custo social dos insumos. Este é o caso mais comum e expressa, por exemplo, quando os insumos têm tarifa de importação. A apresentação desta variável na produção de uva orgânica se dá com o valor de R\$ 34,88 demonstrando a divergência na comercialização o que gera um custo maior na compra dos insumos.

A quinta análise contábil estabelece a divergência para os fatores domésticos. Um valor positivo para K indica que os fatores domésticos usados na cadeia em estudo (terra, trabalho e capital) estão sendo remunerados com valores acima do custo de oportunidade. Em outras palavras, se o valor de C for maior do que G resulta num valor de K positivo e, se elevado, indica que existem distorções nos mercados destes fatores domésticos, como pode ser o caso dos encargos sociais maiores que os benefícios transferidos para os trabalhadores. Na avaliação da uva orgânica o valor de K é negativo (9.985,54) apresentando uma adequação aos padrões e que (terra, trabalho e capital) estão sendo avaliados de maneira a não haver distorções.

A sexta relação que se obtém das análise da Metodologia MAP mostra o resultado líquido para a atividade econômica em estudo, obtido pela diferença entre D-H, ou seja, a retirada do Lucro Social (indicador de letra H) do Lucro Privado (indicador de letra D) e expresso pelo indicador representado pela letra L, cujos resultados esperados, em condições normais, devem apresentar valores negativos, ou seja, os Preços Sociais esperados para a cadeia em estudo devem ser maiores que os preços privados, pois as retiradas dos impostos e de outras distorções de preços devem elevar o lucro da cadeia em estudo.

Ao analisarmos a MAP da uva orgânica obteve-se o resultado líquido para a atividade econômica em estudo, obtido pela diferença entre D-H, ou seja, a retirada do Lucro Social (indicador de letra H) do Lucro Privado (indicador de letra D) e expresso pelo indicador

representado pela letra L, que gerou um resultado de R\$ 11.869,29 indicando a liquidez da cadeia.

4.4 INDICADORES DE COMPETITIVIDADE PARA A CADEIA DA UVA ORGÂNICA

Os cálculos realizados na MAP geram os seguintes resultados que são usados como indicadores de eficiência que estão no Quadro 12.

Quadro 12 – Indicadores privados e sociais do sistema

Indicadores privados e sociais do sistema				
1. Participação dos Lucros nas Receitas (PRL) (%)				
– Privado			$(D/A)*100$	99,05%
– Social			$(H/E)*100$	64,77%
2. Participação do Valor Adicionado nas Receitas (PVAR) (%)				
– Privado			$((A-B)/A)*100$	99,81%
– Social			$((E-F)/E)*100$	99,91%
3. Participação dos Fatores Domésticos para o Valor Adicionado (PFDVA) (%)				
– Privado			$(C/(A-B))*100$	0,76%
– Social			$(G/(E-F))*100$	35,18%
4. Produtividade Total dos Fatores (PTF)				
– Privado			$A/(B+C)$	104,92
– Social			$E/(F+G)$	2,84
5. Coeficiente de Proteção Nominal do Produto (CPNP)			A/E	1,07
6. Coeficiente de Proteção Nominal do Insumo (CPNI)			B/F	2,40
7. Coeficientes de Proteção Efetiva (CPE)			$(A-B)/(E-F)$	1,06
8. Vulnerabilidade das Cadeias às Políticas (VCP) (%)			$((H-D)/H)*100$	63,20%
9. Coeficiente de Lucratividade (CL)			D/H	1,63
10. Nível de Tributação da Cadeia (NTC) (%)			$(L/E)*(-1)*100$	41,80%

Fonte: dados da pesquisa (2014)

Os indicadores acima proporcionam uma análise de competitividade, identificando os pontos onde a cultura deve ser desenvolvida visando a otimização e o desempenho da cadeia além de proporcionar ao agronegócio um olhar administrativo sobre sua atividade.

O fato de perceber que a cadeia tem um índice de tributação de 41,80% nos proporciona um olhar crítico e que já proporciona o entendimento que o coeficiente de lucratividade fica em 1,63 indicando boas perspectivas para a cadeia da uva orgânica.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os recursos de análise da MAP vão além dos limites da análise de eficiência de uma única cadeia. Quando são construídas as matrizes MAP para um conjunto de cadeias, é possível decidir sobre o impacto de políticas públicas sobre várias cadeias, hierarquizando os efeitos das mesmas sobre um conjunto de produtos. Definindo porque o impacto das políticas tende a ser diferente em cadeias individuais, requerendo pronta ação dos governos no caso de cadeias ameaçadas.

Este estudo teve como objetivo principal analisar a competitividade da cadeia produtiva da uva orgânica em uma vinícola da serra gaúcha e para atender a essa pesquisa foram observados os seguintes objetivos específicos, identificar o valor pago pela iniciativa privada pelo produto, identificar o valor determinado pelo ministério da agricultura em relação ao preço pago para os agricultores e analisar a divergência dos valores pagos pelo sistema público e privado.

O preço pago pela iniciativa privada segundo a avaliação realizada nesta pesquisa através da MAP apresentou os seguintes valores R\$1,95 ao quilo e no cenário público social obtivemos R\$ 2,30 apresentando uma diferença de 0,35 centavos por quilo, remunerando de maneira inferior o produto no mercado. Mesmo a cadeia como um todo apresenta um resultado positivo com Lucro Privado de R\$ R\$ 30.704,75 e coeficiente de lucratividade de 1,63 que representa ser um índice bastante aceitável para a cadeia em questão.

Dessa forma, percebeu-se que a competitividade da cadeia está ligada aos preços praticados pelo mercado, mesmo existindo o preço social ou público, o que define o valor de comercialização dentro do cenário é o preço praticado pelos atacadistas, que em grande parte definem as regras privadas. A situação do mercado e as condicionantes do método MAP que serviram de base para esta pesquisa, segundo os objetivos permitiram definir uma conclusão a seguir apresentada.

A cadeia agroindustrial da uva orgânica apresenta lucros privados e social, sendo mantidas estas condições políticas de preços, os investidores tenderão a permanecer e ampliar os negócios. A medição dos níveis dos fatores domésticos não foi favorável diante dos dados e informações coletadas para estudo, sendo necessárias novas análises e ou simulações para ter maior precisão.

O estudo demonstrou que as exportações deste produto ou derivados ainda não começaram devido há alguns agravantes como frente e melhora nos processos produtivos. Em conclusão, o que uma análise geral dos indicadores pode demonstrar é que a cadeia da uva

orgânica é competitiva, mas sofre distorções ocasionadas por políticas públicas que tendem a diminuir o lucro privado em relação ao lucro social.

A cadeia do produto é ainda bastante simplificada pois o grande influenciador do processo na região é a produção da uva convencional o que em suma, não remunera os produtores e a indústria de maneira adequada, sofrendo maiores pressões com os produtos provindos do Mercosul. Essa influência não afeta a produção orgânica que ainda tem pouca quantidade produzida, e seus indicadores apresentam resultados melhores e condições comerciais ainda mais satisfatórias.

5.1 ESTUDOS FUTUROS

A sugestão principal que este estudo faz é a realização de uma pesquisa que envolva toda a cadeia da uva orgânica e convencional desde os fornecedores de insumo até a comercialização visando comparar os modelos de forma a medir sua participação no mercado e a interferência pública nos dois modelos de um mesmo produto com qualificantes diferentes.

Este novo estudo pode ajudar nas decisões de investimento dos produtores da região, podendo definir os modelos de produtos e a utilização ou não de agrotóxicos. A MAP como ferramenta é conclusiva. Identifica as oportunidades e apresenta indicadores para que cada agente investigue e decida qual o melhor método ou modelo de cultivo que o agronegócio possa estar utilizando, deixando de ser uma decisão holística para ser uma decisão por método investigatório.

5.2 LIMITAÇÕES DE ESTUDO

No que se refere ao universo e à amostra, no presente estudo existem restrições de natureza estrutural, inerentes à análise da cadeia. Deve-se destacar a dificuldade de definição da matriz da uva orgânica bem como sua convergência, o que intrinsecamente introduz um fator subjetivo na avaliação, visto que depende de uma observação cuidadosa do pesquisador, de forma a enquadrar a cadeia segundo a matriz que os embasa. Com isso, interpretações errôneas podem gerar classificações inconsistentes.

Em relação à coleta de dados, deve-se considerar a confiabilidade dos dados obtidos. Outra limitação importante do presente estudo diz respeito ao custo e dificuldade de aquisição de informações estratégicas e de desempenho relevantes ao método de produção. É bastante

questionável a possibilidade de que determinadas empresas informem espontaneamente as estratégias adotadas o que neste estudo verificou-se a dificuldade de obter tais informações de maneira livre sem a interferência de seus agentes.

Vale observar também que, que o universo aqui estudado é representado por uma amostra não probabilística, a qual refere-se a uma a vinícola da serra gaúcha atuante na produção da uva orgânica até a comercialização de seus produtos e derivados, sendo determinada pelo critério da disponibilidade de informar ao pesquisador os processos e seus custos reais.

REFERÊNCIAS

AAKER, D. A. **Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca.** Trad. André Andrade. 13ª ed. São Paulo: Elsevier. 1998.

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado.** 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

ABE, L.T.; da MOTA, R.V.; LAJOLO, F.M.; GENOVESE, M.I. **Compostos fenólicos e capacidade antioxidante de cultivares de uvas *Vitis labrusca* L. e *Vitis vinifera*.** L. Ciênc. Tecnol. Aliment., Campinas, 27(2): 394-400, abr.-jun. 2007.

ABEL, W. *Agricultural fluctuations in Europe: from the thirteenth to the twentieth centuries.* London: Methuen & Co. Ltd, 1980. 363 pp.

Agrotóxico. **Paraná Online.** Disponível em: <http://www.paranaonline.com.br/editoria/policia/news/269700/?noticia=TRAFICO+DE+AGROTOXICO+LEVA+55+PARA+A+PRISAO> . Acesso em: 11, out. 2010. 1995. 2001, Salvador, 17 a 19 de outubro, BA, Brasil.

ALVARENGA, A. A. **Avaliação de cultivares porta-enxertos e produtoras de videira (*Vitis* spp.) em condições de solos ácidos e alumínio.** 2001. 153f. Tese (Dr em Agronomia) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2001.

ALVES FILHO, J. P. **Uso de agrotóxicos no Brasil: controle social e interesses corporativos.** São Paulo: Annablume; FAPESP, 2002.

AMATO NETO, João. **Redes de Cooperação Produtiva e Clusters Regionais.** Editora Atlas,

ANKOMAH, B. S.; YIRIDOE, E. K. *Organic and Conventional Food: A Literature Review of the Economics of Consumer Perceptions and Preferences.* Nova Scotia: Organic Agriculture Center of Canada in Nova Scotia Agricultural College, 2006. Final report.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARCAS PRÓPRIAS (Abmapro). **Disponível em:** http://www.abmapro.org.br/page/noticias_clipping_detalhes.asp?id=1140 Acesso em: 17, set. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS (Abras). **Disponível em:** ASSOCIAÇÃO DE AGRICULTURA NATURAL DE CAMPINAS (ANC). Disponível em: <http://www.anc.org.br/>. Acesso em: 14, nov. 2010.

BAIN & COMPANY. **Ferramentas de Gestão.** Edição 2003.

BANCO DO NORDESTE (BNB). **Disponível em:** http://www.bnb.gov.br/Content/Aplicacao/Grupo_Principal/Home/Conteudo/PortalBNB.asp. Acesso em: 17, set. 2010.

BARCIA, M.T., MEDINA, A., ZAMBIAZI, R.C., 2010. **Características físico químicas e sensoriais de geléias de jambolão.** Boletim do Centro de Pesquisa e Processamento de Alimentos, 28, 25-36

BARRETO, C. A. P. **Superintendente do Banco do Nordeste, área de Políticas de Desenvolvimento. Entrevista realizada por telefone no dia 06 de setembro de 2010.** 173
BELASCO, Warren J. *Appetite for Change: How the Counterculture Took On the Food Industry*. USA: Updated Ed. Cornell University Press, 1993. 317pp.

BATALHA, Mário Otávio. **Gestão Agroindustrial**. Vol.1, Editora Atlas, São Paulo, SP, 1997.

BELIK, W. RAMOS, P. VIAN, C. E. F. **Mudanças Institucionais e Seus Impactos Nas Estratégias dos Capitais do Complexo Agroindustrial Canavieiro no Centro-Sul do Brasil**. Publicado nos Anais do XXXVI Encontro Nacional da Sober - Poços de Caldas: Agosto de 1998. 10 pp.

BESANKO, D.; DRANOVE D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. **A Economia Da Estratégia**. Trad. Bazán Tecnologia e Linguística. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2004. 603 pp.

BLYTHMAN, J. *Food miles: The true cost of putting imported food on your plate*. The Independent. Quinta-feira, 31 de Maio 2007.

BOMTEMPO, J.V. **Estratégias competitiva**. Universidade Federal do Rio de Janeiro: ABIQUIM, INT, 2000.

BONTEMPO, M. **Alimentação Orgânica**. Medicina Natural. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

BORGES, M; FERRI, V.C. **Método de elaboração e rentabilidade econômica do suco de uva**. TCC de Especialização em Ciência dos Alimentos. 2011.

BRASIL. Decreto Nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007. **Regulamenta a Lei no 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências**. Diário Oficial da União, Brasília, 28/10/2009, Seção 1, pp. 2 - 8.

BRASIL. Instrução Normativa Nº 06, de 10 de janeiro de 2002. **Aprova o Glossário de Termos Empregados no Credenciamento, Certificação e Inspeção da Produção Orgânica; os Critérios de Credenciamento de Entidades Certificadoras de Produtos Orgânicos e as Diretrizes para Procedimentos de Inspeção e Certificação. II - os Critérios de Credenciamento de Entidades Certificadoras de Produtos Orgânicos, constantes do Anexo II desta; e III - as Diretrizes para Procedimentos de Inspeção e Certificação, constantes do Anexo III desta**. Diário Oficial da União de 16/01/2002 , Seção 1 , pp. 16. 174

BRASIL. **Instrução Normativa nº 07, de 17 de maio de 1999. Estabelece as normas de produção, tipificação, processamento, envase, distribuição, identificação e de certificação da qualidade para os produtos orgânicos de origem vegetal e animal**. Diário Oficial da União de 19/05/1999 , Seção 1, pp. 11.

BRASIL. **Instrução Normativa Nº 19, de 28 de maio de 2009**. Aprova os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica. Diário Oficial da União, Brasília, 29/05/2009, Seção 1, pp. 16 - 26.

BRASIL. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. **Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências.** Diário Oficial da União de 24/12/2003 , Seção 1 , pp. 8.

BRASIL. Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009. **Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica; altera as Leis nos 10.880, de 9 de junho de 2004, 11.273, de 6 de fevereiro de 2006, 11.507, de 20 de julho de 2007; revoga dispositivos da Medida Provisória no 2.178-36, de 24 de agosto de 2001, e a Lei no 8.913, de 12 de julho de 1994; e dá outras providências.** Diário Oficial da União de 17/06/2009, Seção 1, pp. 2.

BRASIL. Lei nº 12.188, de 11 de Janeiro de 2010. **Institui a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural para a Agricultura Familiar e Reforma Agrária 175**

BRASIL. Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989. **Dispõe sobre a pesquisa, a experimentação, a produção, a embalagem e rotulagem, o transporte, o armazenamento, a comercialização, a propaganda comercial, a utilização, a importação, a exportação, o destino final dos resíduos e embalagens, o registro, a classificação, o controle, a inspeção e a fiscalização de agrotóxicos, seus componentes e afins, e dá outras providências.** Diário Oficial da União de 12/07/1989, Seção 1, pp. 11459.

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. **Instrução Normativa Interministerial nº 28, de 08 de junho de 2011. Estabelece Normas Técnicas para os Sistemas Orgânicos de Produção Aquícola a serem seguidos por toda pessoa física ou jurídica responsável por unidades de produção em conversão ou por sistemas orgânicos de produção.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 09 jun. 2011. Seção 1.

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. **Instrução Normativa nº 50, de 05 de novembro de 2009. Institui o selo único oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica e estabelece os requisitos para a sua utilização nos produtos orgânicos.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 06 nov. 2009. Seção 1.

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. **Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 dez. 2003. Seção 1, n. 250, p. 8.

BRASIL. Ministério da Agricultura. **Portaria nº 229, de 25 de outubro de 1988. Normas referentes à complementação dos padrões de identidade e qualidade do vinho e dos derivados da uva e do vinho.** Diário Oficial da União, de 31 de outubro de 1988, seção 1, página 20948

BRASIL. Ministério da Agricultura. **Secretaria Nacional de Defesa Agropecuária. Secretaria de Inspeção de Produtos Vegetais. Complementação de padrões de identidade e qualidade para suco, refresco e refrigerante de uva.** Diário Oficial da União. Brasília, 1974.29p.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Cadeia Produtiva de Produtos Orgânicos / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura;**

coordenadores Luiz Fernando Buainain e Mário Otávio Batalha. -Brasília: IICA : MAPA/SPA, 2007. 108 pp. Brasileira. Editora da Universidade Estadual de Campinas - Papyrus, 3ª Edição, Campinas, SP,

CABRAL, A. C. A. **A evolução da estratégia: em busca de um enfoque realista.** In: XXII ENANPAD, 22º, Foz do Iguaçu: ANPAD, set. 1998.

CAJADO, F. S. N. **Microcrédito: Um Instrumento Para O Desenvolvimento.** 2009. 48 f. Monografia - Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária. Departamento de Economia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2009.

CALDEIRA, T. P. R. **Interpretações de primeira e segunda mão. A política dos outros.** São Paulo: Brasiliense, 1984.

CALEGARIO, F. F. **Engenheira Agrônoma da Embrapa Meio Ambiente.** Entrevista realizada por telefone no dia 08 de outubro de 2010.

CAMARGO, U. A. **Novas cultivares de videira para vinho, suco e mesa.** In: REGINA, M. de A. et al. (coords.). Viticultura e enologia: atualizando conceitos. Caldas: EPAMIG-FECD, 2002. p. 33-48.

CAMARGO, U. A.; MAIA, J. D.G.; RITSCHER, P. **Novas cultivares brasileiras de uva.** EMBRAPA UVA E VINHO, Bento Gonçalves, 2010

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia: alguns conceitos e princípios.** Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA. 2004. 24 pp. 176

CARMO, Ana Paula Alves Generoso. **Planejamento estratégico participativo: análise de sua implantação em uma instituição de ensino privado frente a um ambiente de mudanças contínuas.** Dissertação de Mestrado. UFSC, 1999.

CARVALHO, A. P. **Rótulos ambientais orgânicos como ferramenta de acesso a mercados de países desenvolvidos.** 2007. Tese (Mestrado em Administração de Empresas) - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo. 2007.

CERVEIRA, R. DE CASTRO, M. C. **Perfil de consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo- Características de um padrão de consumo.** Departamento de Economia, Administração e Sociologia, ESALQ/USP. Piracicaba, 1998.

CHAN, N. *Las dietas del futuro contarán más que gramos. Reconecta.* D. F. México. nº 6, pp. 12, Primavera. 2010.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais.** São Paulo, Cortez, 1998.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos.** Editora Pioneira, São Paulo, SP, 1997.

Clay, A.; Tickell S. *Knives turned honest: Can 21st century finance sustain 21st century agriculture?* 01, mar. 2010. Article, Library, Sustainability. Disponível em: <www.sustainability.com/.../knives-turned-honest-food-ethics-council?>. Acesso em: 7, ago. 2010.

CODEX ALIMENTARIUS. Disponível em: <<http://www.codexalimentarius.net>>, acesso em: 13, out. 2010.

CONSUMIDOR Orgânico. **Boletim Informativo dos Consumidores de Alimentos Orgânicos** (Curitiba), n.1, out. 1999.

CORTEZ, H. **Alimentos bons, limpos e justos**. Entrevista com Carlo Petrini. Portal EcoDebate Cidadania e Meio Ambiente. 25, fev. 2010. Disponível em: 177

CORTEZ, H. **Regra da Anvisa sobre publicidade de alimentos e bebidas com baixo teor nutricional pode ser anulada**. Portal EcoDebate Cidadania e Meio Ambiente. 13, agosto. 2010. Disponível em: <<http://www.ecodebate.com.br/2010/08/13/regra-da-anvisa-sobre-publicidade-de-alimentos-e-bebidas-com-baixo-teor-nutricional-pode-ser-anulada/>>. Acesso em: 04 set. 2010.

DANIEL, J. M. P.; CRAVO, V. Z. **O Valor Social e Cultural da Alimentação**. Boletim de Antropologia UFPR (Curitiba), 1989.

DE BANDT, Jacques. La Filière comme Méso-Système. In : ARENA, Richard et al. *Traité*

DE BIASE, L; SILVA JÚNIOR, R. D. **Curso de fundamentação para projetos em Agricultura Sustentável: Diálogos entre Agroecologia e Antropologia**. Piracicaba, 2010. 84 pp.

DUARTE, J. **Entrevista em Profundidade**. Cap 4. In: Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. Duarte, Jorge. & Barros, Antônio (organizadores). 2ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009. 480 pp.

ECOCERT. Disponível em:<<http://www.bka.com.br/>>, acessado dia 19 de fevereiro de 2010.

Ecodebate. **Alimentos Limpos e Justos**. Disponível em:<<http://www.ecodebate.com.br/2010/02/25/alimentos-bons-limpos-e-justos-entrevista-com-carlo-petrini/>>. Acesso em: 18, ago. 2012.

EHLERS, E. **Agricultura Sustentável: origens e perspectivas de um novo paradigma**. São Paulo: Livros da Terra, 1996.

EMBALAGEM SUSTENTÁVEL. Disponível em: <<http://embalagensustentavel.wordpress.com/2008/08/25/native-produtos-organicos/>>, Acesso em: 17, fev. 2010.

EMBRAPA. Disponível em <http://www.embrapa.br>, acesso em 15 de março de 2013. Empresas e Desenvolvimento Local. Editora Atlas S.A., São Paulo, SP, 1998.

EMBRAPA. **Embalagem sustentável**. Disponível em: <<http://embalagensustentavel.wordpress.com/2008/08/25/native-produtos-organicos/>>, acesso em: 15, fev. 2010.

ENCONTRO NACIONAL DO GRUPO DE AGRICULTURA ORGÂNICA. Ricardo Javier Reigosa & Astrid Stoltenborg (Facilitadores). 2003, Campinas. Campinas: CATI. 14, 15 e 16, abril. 2003. 10 pp.

ENCUENTRO DE MEDICXS DE PUEBLOS FUMIGADOS. Facultad de Ciencias Médicas, Universidad Nacional de Córdoba 27 –28 de Agosto, 2010. Disponível em: <<http://www.grr.org.ar/>>. Acesso em: 12, out. 2010. 178

Exame. **Consumo de orgânicos. Disponível em:**

<http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0848/negocios/m0056902.html>>. Acesso em: 7, out. 2010.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL (FLO). **Disponível em:** <<http://www.fairtrade.net/>>. Acessado em: 08-11, nov. 2010.

FANTUCCI, I. **Contribuição do alerta, da atenção, da intenção e da expectativa temporal para o desempenho de humanos em tarefas de tempo de reação.** 2001. 130 f. Tese (Doutorado em Psicologia) –Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2001.

FLECK, Luana. FERREIRA, Gabriela Cardozo. **Formação de estratégia em empresas de transporte.** Disponível em: revistaseletronicas.pucrs.br. Acesso em 0/08/2009.

FLEURY, Paulo Fernando. *Supply Chain Management: Conceitos, Oportunidades e Desafios*, 2ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2000.

FONSECA, M. F. DE A. C. ; SCHWEIZER, M. ; MORAS, D. ; RAMOS, F. S. **Relatório sobre pesquisa de preços e rótulos de produtos orgânicos.** Rio de Janeiro: PESAGRO-RIO, 2003. 60 pp.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). **Disponível em:** <<http://www.fao.org/>>. Acesso em: 28, out. 2010.

FRATERNIDADE LUX DE HARMONIZAÇÃO / DAY LUZ **AGRICULTURA ORGÂNICA. Disponível em:** <<http://www.dayluz.com.br/dayluz/index.php>>. Acesso em: 14, nov. 2010.

FUNDAÇÃO ABRINQ. Disponível em: <<http://www.fundabrinq.org.br>>, Acesso em: 18, fev. 2010.

FURTADO, R. *Agribusiness Brasileiro: a história.* São Paulo: Evoluir, 2002. 225 pp 179
GARCÍA, J. E. *Situación actual y perspectivas de la agricultura orgánica en y para Latinoamérica.* In: Simposium Internacional sobre Agricultura Orgánica, 2000, Veracruz, México. Congreso Nacional de la Sociedad Nacional de Agricultura Sostenible, 25, 26, 27 e 28, nov. 2001. 33 pp.

GIDDENS, A. Agency, Structure. Cap. 2. In: Central Problems in Social Theory- Action, structure and contradiction in social analysis. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1994. 262 pp

GIDDENS, A. **Elementos da teoria da estruturação.** Cap. 1. In: *A Constituição da Sociedade.* Trad. Álvaro Cabral. São Paulo: Martins Fontes, 1989. 318 pp.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

- GIOVANNINI, E. **Produção de uvas para vinho, suco e mesa**/Eduardo Giovannini. Porto Alegre: Renascença, 3ª Edição, 2008.
- GIOVANNINI, E. **Uva Agroecológica**/Eduardo Giovannini. Porto Alegre: Renascença, 2001.
- GLIESSMAN, S. R. **Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável**. 2. ed. Porto Alegre: Editora Universidade: Editora Universidade, 2001.
- GONÇALVES, D. B.; FERRAZ, J. M. G.; SZMRECSÁNYI, T. **Agroindústria e Meio-Ambiente**. Cap. 6. In: *Certificação Socioambiental para a Agricultura: Desafios para o Setor Sucroalcooleiro*. Organizadores: Francisco Alves, José Maria Gusman Ferraz, Luís Fernando Guedes Pinto e Tamás Szmrecsányi. Piracicaba: Imaflora; São Carlos: EdUFSCar, 2008. 300 pp.
- GROWING STRONGER TOGETHER ANNUAL REPORT. Fairtrade Labelling GRUPO DE REFLEXIÓN RURAL. **Disponível em:** <<http://www.grr.org.ar/>>. Acesso em: 12, out. 2010.
- GUERRA, C.C; MANDELLI, F.; TONIETTO, J.; ZANUS, M. C.; CAMARGO, U. A. **Conhecendo o essencial sobre uvas e vinhos**. Documentos n 0 48. EMBRAPA UVA E VINHO, Bento Gonçalves, 2009.
- GUIVANT, J. S. **Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip**. Ambiente & Sociedade, Campinas. Vol. VI, nº. 2, pp. 63-81. jul./dez., 2003.
- HEELAS, P. *The New Age Movement*. Blackwell Publishers Ltd. Cambridge, Massachusetts, USA.
- HELMAN, C. G. **Dieta alimentar e nutrição**. Cultura, saúde e doença. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994. Cadernos de Debate, Vol. VIII, 2001 6
- HINDE, R. **Califórnia fecha o cerco ao segmento de orgânicos**. Valor Econômico, São Paulo, 15 jul. 2010. Associated Press, de Sacramento.
- HISTÓRIA EM PROJETOS. **Impactos da revolução verde**. Disponível em: <<http://historiaemprojetos.blogspot.com/search/label/agronegocio>> Acesso em: 13, ago. 2010.
- HOLTZ, R. *Environmental Standards Standards*. Trade Standards Practitioners Network. Disponível em: <<http://tradestandards.org/en/StandardTopic.2.aspx>> Acesso em: 6, set. 2010.
- HUGHNER, R. S.; MCDONAGH, P.; PROTHERO, A.; SHULTZ II, C. J.; STANTON, J. *Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food*. Journal of Consumer Behaviour, Wiley InterScience Journals, vol. VI, pp. 94-110, março. 2007. Disponível em: <www.interscience.wiley.com> Acesso em: agosto e setembro, 2010.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Disponível em** http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/51/agro_2006.pdf. Acesso em novembro de 2012.
- II FÓRUM NACIONAL DE EDUCAÇÃO EM AGROECOLOGIA E SISTEMAS ORGÂNICOS DE PRODUÇÃO. Curitiba, PR. 05 a 07 de novembro de 2009. *Fórum*

Nacional de Educação em Agroecologia e Sistemas Orgânicos de Produção. Relatório. Curitiba: MAPA/ MDA/ MMA/ MCT. 2009.

INSTITUTO BIODINÂMICO. Disponível em: <<http://www.ibd.com.br/>>, acessado dia 19 de fevereiro de 2010.

INTERNATIONAL CERTIFICATION SERVICES. Disponível em: <<http://www.ics-intlcom/fvo>>, acessado dia 19 de fevereiro de 2010.

INTERNATIONAL FEDERATION OF ORGANIC MOVEMENTS (IFOAM). Disponível em: <<http://www.ifoam.org>>, acesso em: 9 a 15, out. 2010.

JAFFEE, D. *Brewing Justice: fair trade coffee, sustainability, and survival.* Berkeley and Los Angeles: University of California Press. 2007. 331 pp

KHATOUNIAN, C. A. **A evolução da agricultura orgânica no Brasil: Passado, Presente e Futuro (palestra).** 9ª Semana de Agricultura Orgânica de Campinas. Campinas: CATI. 29, 30, 31 de Setembro, 2010.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da Pesquisa em Ciências Sociais.** São Paulo: EPU / EDUSP, 1980.

KHATOUNIAN, C. A. **A reconstrução ecológica da agricultura.** Botucatu: Agroecológica, 2001. 348 pp.

KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. *The Blue Ocean Strategy: how to create a uncontested market space and make the competition irrelevant.* Boston: Harvard Business School Press. 2005. 245 pp.

KISS, J. Filha da terra. **Reportagens, Perfil. Globo Rural.** Notícias Online, Março, 2008. Disponível em: <<http://revistagloborural.globo.com/GloboRural/0,6993,EEC500416-1641,00.html>>. Acesso em: setembro e outubro. 2020.

KLIEMANN, Francisco José. *Contribution Methodologique a la Comprehension de la Dynamique.* 1985.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisa; amostragens e técnicas de pesquisa; elaboração; análise e interpretação de dados.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1982.

LEITE, R. M. **A evolução da certificação orgânica no Brasil (palestra).** 9ª Semana de Agricultura Orgânica de Campinas. Campinas: CATI. 29, 30, 31 de Setembro, 2010.

LIMA, J. F. ; GOMES, H. B. ; CULLEN JR, L. ; BELTRAME, T. P. ; RODELLO, C. M. . **Café com Floresta: Interligando a paisagem fragmentada no Pontal do Paranapanema - SP.** In: I Congresso Brasileiro de agroecologia, IV seminário internacional sobre agroecologia, V seminário estadual sobre agroecologia, 2003, Porto Alegre - RS, 2003.

LOPES, F. **Apesar da demanda ser crescente, demora na regulamentação da lei trava desenvolvimento do setor.** Valor Econômico, São Paulo, 26 jan. 2006. Mercado. 183
 MARCOHISTORY & WORLD REPORT. Timeline 1969. Disponível em:
 <<http://www.fsmitha.com/time/1969.htm>>. Acesso em: 08, mai. 2010.

MALACRIDA, C.R; MOTTA, S. da. **Determinação de parâmetros físicoquímicos em sucos de uva.** In: Venturini, W. G. F. (Org.) Tecnologia de Bebidas:matéria-prima, processamento, BPF/APPCC, legislação e mercado: São Paulo: 1998.

MARCONI. M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1999.

MDIC, **Estudo de viabilidade técnica e econômica destinado à implantação do Parque produtivo nacional de aditivos da indústria de alimentação de animais de produção** /coordenação de Andre Sorio. - Passo Fundo: Méritos, 2012. - 300 p. 2012.

MEDAETS, J. P.P. ; MEDEIROS, J. X. . **A ação coletiva no controle da qualidade da produção orgânica familiar: Análise comparativa entre a certificação por auditoria externa e a certificação participativa em rede.** In: XLII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2004. Cuiabá: Anais do XLII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, vol. Único, 2004. pp. 366-384.

MERLINO, T. **O veneno no pão nosso de cada dia.** *Caros Amigos*, São Paulo, nº153, pp. 26-30, Dezembro. 2009.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Disponível em:** <<http://www.prefiraorganicos.com.br>>. Acesso em: jun a dez. 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (MDS). **Disponível em:** <<http://www.mds.gov.br/>>. Acesso em: 15, nov. 2010.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (MTE). **Disponível em:** <www.mte.gov.br/sal_min/default.asp>. Acesso em: 04, out. 2010.

MINTZBERG, Henry. **O processo da estratégia.** Porto Alegre: Bookman, 2006.

MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian. **O processo da estratégia.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

Modelo de Referência do Instituto Alemão de Desenvolvimento (IAD) no Estudo da **Competitividade Sistêmica Setorial: uma Proposta para Discussão.** Anais do XXI ENEGEP –

MORAES, R. **Retorno às Origens.** FIA Fundação Instituto de Administração, São Paulo, nº 6, pp. 32-35, Maio. 2010. 184

MUNIZ, J. N; CASTILHO, M. L.; PIRES, C. DE F.; RAMOS, L. P. **Mercados de Produtos Orgânicos: Além do Natural. Cap. 8. In: Alimentos orgânicos: produção, tecnologia e certificação/** Paulo César Stringheta, José Roberto Muniz, editores. Viçosa: UFV, 2003. 452 pp.

MUTERSBAUGH, T. *Transparency, Solidarity, and the Quality Imperative: Notes on governance in fairtrade-organic coffee*. Department of Geography. University of Kentucky: Lexington. 22 September 2007. 30 pp.

MYERS, A. *Organic Futures: the case of organic farming*. Bodmin, UK: Green Books Ltd, 2005. 255 pp.

NATIONAL ORGANIC STANDARDS BOARD (NOSB). In: United States Department of Agriculture (USDA). **Disponível em:** <<http://www.ams.usda.gov/>>. Acesso em: 20, set. 2010.

NATIVE, PRODUTOS DA NATUREZA. **Disponível em:** <<http://www.nativealimentos.com.br>>, Acesso em: jan a out. 2010.

NEVES, M. C. P. **Crotalária**. Embrapa Agroecologia. Disponível em: <<http://www.cnpab.embrapa.br/publicacoes/leguminosas/crotalaria.htm>>. Acesso em: 16, fev. 2010.

NUNES, A. M. L.; SOUZA, F. DE F.; COSTA, J. N. M.; SANTOS, J. C. F.; PEQUENO, P. L. DE L.; COSTA, R. S. C.; VENEZIANO, W. Pragas. **Cultivo do Café Robusta em Rondônia**. Embrapa Rondônia: Sistemas De Produção, vol. 5. Versão Eletrônica. Dez. 2005. **Disponível em:** <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Cafe/CultivodoCafeRobustaRO/pragas.htm>>. Acesso em: 16, fev. 2010.185

ODUM, E. P. **Ecologia**. Rio de Janeiro: Guanabara e Koogan, 1988.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico**. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

OLIVEIRA, S. L. **Tratado de Metodologia Científica**. São Paulo, Pioneira, 1997.

OLIVEIRA, S. P. **Oferta e consumo de alimentos orgânicos no município do Rio de Janeiro**. Embrapa Agroindústria de Alimentos: Rio de Janeiro. 2006. 6 pp.

ORGANIC (LTD) PEOPLE. Jerome Irving Rodale. **Disponível em:** <<http://www.organic.com.au/people/JeromeIrvingRodale/>>. Acesso em: 10, mai. 2010.

ORGANIC MARKET REPORT. **Reino Unido: Soil Association**, 2009. 72 pp.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Disponível em:** <www.oecd.org>. Acesso em: 17, set. 2010.

Organizations International. 2009-2010. **Disponível em:** <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/FLO_Annual-Report-2009_komplett_double_web.pdf>. Acessado em: 08, nov. 2010. 180

ORLANDO, T. das G. S.; REGINA, M. de A.; SOARES, A. M.; SOUZA, C. M de; FREITAS, G. de F.; CHALFUN, N.N.J. **Influência de diferentes sistemas de condução sobre alguns fatores ecofisiológicos e agrônômicos de videira, cultivares 'Niagara Rosada' e 'Folha de Figo'**. In: REGINA, M. de A. et al. (Ed.) **Viticultura e Enologia: atualizando conceitos**. Caldas: EPAMIG-FECD, 2002, p.233-241.

ORMOND, J. G. P.; DE PAULA, S. R. L.; FILHO, P. F.; DA ROCHA, L. T. M. **Agricultura Orgânica: quando o passado é futuro**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 15, pp. 3-34, mar. 2002.

ORTHER, S. B. **Uma atualização da Teoria da Prática. In: Conferências e Diálogos: saberes e práticas antropológicas**. 25ª Reunião Brasileira de Antropologia, 2006. Goiânia: Nova Letra, 2007. pp. 19- 44.

Panorama do setor. **ABrasnet. Disponível** <<http://www.abrasnet.com.br/superhiper/panorama/conteudos/o-setor/>>. Acesso em: 8, out. 2010.

PANORAMA RURAL. **Disponível em:** <<http://www.panoramarural.com/noticia>>, acesso em: 15, fev. 2010.

PARASURAMAN, A. **Marketing research**. 2. ed. Addison Wesley Publishing Company, 1991.

PEYNAUD, E. *Connaissance et travail du vin*. 2. ed. Paris:D:Dunod, 1997. 341p.

PEZZI, G.M.; FENOCCHIO, P. **Estudo analítico dos sucos de uva comerciais**. Pesquisa Agropecuária Brasileira, Brasília, v.11, n.12, p.11-13, 1976.

PINTO, L. F. G.; PRADA, L. DE S. **Fundamentos da certificação. Cap. 1. In: Certificação Socioambiental para a Agricultura: Desafios para o Setor Sucroalcooleiro**. Organizadores: Francisco Alves, José Maria Gusman Ferraz, Luís Fernando Guedes Pinto e Tamás Szmrecsányi. Piracicaba: Imaflora; São Carlos: EdUFSCar, 2008. 300 pp. 186

PIRES, Márcio de Souza. **Construção de Modelo Endógeno, Sistêmico e Distintivo de Desenvolvimento Regional e a sua Validação através da elaboração e da aplicação da Metodologia ao Caso do Mercoeste**. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas – PPGEPS, Florianópolis, SC, Brasil, 2001.

PLANALTO FEDERAL. **Disponível em:** <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12188.htm>. Acesso em: jun- set. 2010.

PLANETA ORGÂNICO. **Saiba mais sobre orgânicos -Agricultura natural. Disponível em:**<<http://planetaorganico.com.br/site/?p=516&preview=true>>. Acesso em: 22, jul. 2010.

PNATER e o Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural na Agricultura Familiar e na Reforma Agrária - **PRONATER**, altera a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e dá outras providências. Diário Oficial da União de 12/01/2010, Seção 1, pp. 1.

POLLAN, M. **O Dilema do Onívoro: uma história natural de quatro refeições**. Trad. Cláudio Figueiredo. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2007. 480 pp.

POMMER, C. V. **Uva: Tecnologia de produção, pós-colheita, mercado**. Porto Alegre: Cinco Continentes, 778 p, 2003.

PORTER, Michael E. & MILLAR, Victor E.. How Information Gives You Competitive Advantage. Harvard Business Review, July-August, 1985.

PORTER, Michael E. **A Vantagem Competitiva das Nações**. Editora Campus, Rio de Janeiro,

PORTER, Michael E. **Clusters e Competitividade**. HSM - Management 15, Julho-Agosto 1999, Ano3, N.15.

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://smdu.prefeitura.sp.gov.br>>. Acesso em: junho e julho, 2010.

PROJETO ARCA. Disponível em: <<http://www.pgie.ufrgs.br/projetos/arca/>>. Acesso em: 12, nov. 2010.

PROJETO DE ANÁLISE DE RESÍDUOS DE AGROTÓXICOS EM ALIMENTOS (PARA). Brasília: **Anvisa**, 2010. 22 pp.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. Disponível em: <<http://www.ecovida.org.br/>>. Acesso em: 14, nov. 2010.

Relação entre Varejo e Indústria Agroalimentar. II Workshop Brasileiro de Gestão de **Sistemas Agroalimentares** – PENZA/FEA/USP, Ribeirão Preto, SP, 1999.

RICHARDSON, R. J et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 3ª edição, 1999.

RIZZON, L. A.; MIELE, A. **Características analíticas de sucos de uva elaborados no Rio Grande do Sul**. Boletim SBCTA, Campinas, v. 29, n. 2, p. 129-133, jul./dez. 1995.

RIZZON, L. A.; ZANUZ, M. C.; MANFREDINI, S. **Como elaborar vinho de qualidade na pequena propriedade. Bento Gonçalves: EMBRAPA Uva e Vinho, 1994**. 36 p. XIA, En-Qin ; DENG, Gui-Fang; GUO, Ya-Jun; LI, Hua-Bin. Biological Activities of Polyphenols from Grapes. Int. J. Mol. Sci. 2010, 11, 622-646. RJ, 1990.

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

ROCHA, A. do **A Levantamento revela potencial para maior consumo de orgânicos**. Valor Econômico, São Paulo, 25, jan. 2010. Agronegócios. 187

RODRIGUES, I. C. BATALHA, Mário Otávio. NEVES, Márcia Regina. **A adoção da eco-estratégia no setor sucroalcooleiro: a produção de açúcar orgânico**. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2000, São Paulo-SP. XX ENEGEP, 2000. 6 pp.

ROESCH, S. M.A. **A pesquisa qualitativa**. Cap. 9 In: *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: Guia para Estágios, Trabalhos de conclusão, Dissertações e Estudos de*

Caso. Roesch, Silvia Maria A. (organizadora). São Paulo: Editora Atlas, 3ª edição. 2005. 312 pp.

ROSSETTO, Carlos R.; ROSSETTO, Adriana M. **A Combinação do Modelo de Porter**, 2ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

RUAS, Roberto. **O Conceito de Cluster e as Relações Inter-firmas no Complexo Calçadista do Rio Grande do Sul**. In: FENSTERSEIFER, Jaime E.. O Complexo Calçadista em Perspectiva: Tecnologia e Competitividade. Editora Ortiz, Porto Alegre, RS, 1995.

RUCINSKI, J. **Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba**. Curitiba, 1999. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

RUCINSKI, J.; BRANDENBURG, A. **Consumidores orgânicos em Curitiba**. In: V Congresso Estadual de Sociólogos e I Congresso Estadual de Ciências Sociais, 2000, Londrina. V Congresso Estadual de Sociólogos e I Congresso Estadual de Ciências Sociais, 2000.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. São Paulo: Atlas, 1996.

SAFATLE, A. **Tino para os Negócios**. Carta Capital. Editora Abril, Setembro de 2003.

SAIKI, L. **Agrotóxicos ilegais causam prejuízo de R\$ 500 milhões**. Paraná Online: Economia / Notícias. 28 out. 2007. Disponível em:

SALOMÃO, A. **Natureza Inovadora**. *Época Negócios*: Sustentabilidade. 05, ago. 2009. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI85999-16380-3,00-NATUREZA+INOVADORA.html>>. Acesso em: Fevereiro e março. 2010. 188

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico**. Trad. Maria Sílvia Possas. 2.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985. 169 pp. São Paulo, SP, 2000.

SCORNAVACCA JR., E.; BECKER, J. L.; ANDRASCHKO, R. E-Survey: **Concepção e Implementação de um Sistema de Survey por Internet**. Anais do EnAnpad, 2001.

SEBRAE. **Desconhecer o consumidor pode levar empreendedor ao fracasso**. Estudos de mercado: hortaliças. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/setor/horticultura/o-setor/mercado>>. Acesso em: 23, junho. 2010. SEBRAE. Santa Catarina.

SHRECK, A. Resistance, Redistribution, and Power in the Fair Banana Initiative. Cap. 5. In: *The Fight Over Food: Producers, Consumers, and Activists Challenge the Global System*. (edited by) Wynne Wright & Gerard Middendorf. University Park, Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press. 2008. 301 pp.

SKLAR, B. *Well, Is It Organic or Not?* The New York Times, 14 jul. 2010. 189

STRINGHETA, P. C. **As leis da produção orgânica no Brasil em Face das legislações americana, argentina e européia**. Cap. 9. In: Alimentos orgânicos: produção, tecnologia e

certificação/ Paulo César Stringheta, José Roberto Muniz, editores. Viçosa: UFV, 2003. 452 pp.

TORJUSEN, H.; SANGSTAD, L; JENSEN, K. O.; KJÆRNES, U. *European Consumers' Conceptions of Organic Food: A Review of Available Research*. Noruega: Statens Institutt for Forbruksforskning, 2004. 147 pp.

TRIVELLATO, M. D.; FREITAS, G. B. **Panorama da Agricultura Orgânica**. Cap. 1. In: *Alimentos orgânicos: produção, tecnologia e certificação*/ Paulo César Stringheta, José Roberto Muniz, editores. Viçosa: UFV, 2003. 452 pp.

TROCAS VERDES. Disponível em: <<http://www.trocasverdes.org/>>. Acesso em: 14, nov. 2010.

UNIÃO DA INDÚSTRIA DE CANA-DE-AÇÚCAR (Unica). **Verdes alemães visitam o Projeto Cana Verde**. Notícias. 08, maio. 2006. Disponível em: <<http://www.unica.com.br/noticias/>>. Acesso em : 15, fev. 2010.

VAILATI, J.; CÓRTEZ, D. M. M.; PIRANI, P. S. H. **Princípios e Procedimentos de Certificação de Produtos Orgânicos**. Cap. 11. In: *Alimentos orgânicos: produção, tecnologia e certificação*/ Paulo César Stringheta, José Roberto Muniz, editores. Viçosa: UFV, 2003. 452 pp.190.

VIEGA, J. P. C.; RODRIGUES, P. C. **Certificação social e ambiental: arranjos institucionais e impactos sobre as commodities brasileiras**. Centro de Estudos de Integração e Desenvolvimento (CINDES)/ Latin American Trade Network (LATN)/ Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (FLACSO), 2010. 30 pp.

VILELA, N. J.; RESENDE, F. V.; FILHO, E. G.; SAMINÊZ, T. C.; VALLE, J. C. V.; JUNQUEIRA, L. P. **Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no Distrito Federal. Brasília-DF: Comunicado Técnico** 40 Dezembro, 2006. 6 pp.

VOLTOLINI, R. **Dossiê conhecimento para a sustentabilidade –Rótulos, selos, e certificações verdes: uma ferramenta para o consumo consciente**. *Ideia Sócio ambiental*, São Paulo, nº 20, pp. 47-60, Junho. 2010.

WOOD JR., Thomaz; ZUFFO, Paulo K. Supply Chain Management. RAE – Revista de Administração de Empresas, SP, Julho/Setembro 1998, V.38, N.3, P.55-63.

WRIGHT, W.; MIDDENDORF, G. Fighting Over Food: Change in the Agrifood System. Introduction. In: *The Fight Over Food: Producers, Consumers, and Activists Challenge the Gobar System*. (edited by) Wynne Wright & Gerad Middendorf. University Park, Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press. 2008. 301 pp.

YIN, R. **Estudo de caso: procedimentos e métodos**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YIN, R. K. **Estudo de Caso – Planejamento e Métodos**. Trad. Daniel Grassi. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 212 pp.

GLOSSÁRIO

A disponibilização deste conjunto de significados para verbetes e expressões técnicas sobre a MAP visa ampliar o entendimento dos procedimentos recomendados e auxiliar na compreensão das escolhas feitas, considerados os embasamentos teóricos da matriz e os usos sugeridos. A maioria das definições procurou seguir as definições do Dicionário de Economia do Século XXI, de Paulo Sandroni, quarta edição (2008, revista) da Editora Record, bem como adaptar aos termos específicos e exemplos do agronegócio.

Abordagem empírica: A Metodologia MAP permite uma abordagem empírica dos fatores condicionantes da competitividade.

After tax: Após os impostos.

Aglomerado produtivo: O mesmo que conglomerado produtivo ou Arranjos Produtivos Locais (APL) ou Clusters.

Arranjo produtivo local: APL (ver acima).

Atratividade: Capacidade de determinada atividade, produto ou região de atrair investimentos.

Benchmark: Padrão de referência ou modelo de produto ou processo a ser imitado pela capacidade de competir. Também pode ser definido como o nível de excelência técnica e financeira de uma cadeia, indústria, firma etc.

Benchmarking: Processo de adaptação de produtos e processos baseado num padrão de referência (um benchmark).

Chicago Board of Trade: Bolsa de Mercadorias e Futuros de Chicago.

Break even: Nível que equaliza ou equilibra os custos e receita, muito utilizada no mercado financeiro para expressar a situação de uma transação de compra e venda de títulos se realiza sem lucro ou prejuízo.

Cadeia de valor: Não são cadeias de produtos físicos e, sim, financeiros.

Capital fundiário: Terra, capital e todos os fatores de produção fixos do estabelecimento agropecuário.

Capital permanente: Capital fixo e não o capital dos custos variáveis.

CIF (*Cost, Insurance and Freight*): Significa custo, seguro e frete, que é uma expressão seguida geralmente do porto de destino e define que os custos de transporte serão pagos pelo vendedor, ou seja, as despesas de importação de uma mercadoria são encargos do vendedor, inclusive a contratação de seguro marítimo. As estatísticas quase sempre apresentam os

preços na base FOB (*free on board*), como as do Banco Central, sem incluir os custos dos seguros e dos fretes.

Crédito tributário: Refere-se ao rebate no pagamento de tributos que gera futuro reembolso (reintegração).

Custo Brasil: Pode ser tanto deficiências de infra-estrutura como peso de impostos.

Decomposição de custos: As planilhas decompõem custos como faz a contabilidade de uma empresa.

Demurrage: Demurragem ou taxa paga pela empresa transportadora pela permanência de veículos ou embarcações fretados além do período estabelecido para a descarga. Em geral é tomado como uma multa paga pelo armador por não embarcar as cargas nas datas aprazadas ou com atrasos.

Direito compensatório: Tarifa adicional cobrada por práticas ilegais de comércio, tais como subsídios na origem e *dumping*.

Externalidades: Vantagens ou desvantagens, custos gerados por uma cadeia como no caso de danos ao meio ambiente.

FOB (*Free on Board*): Pronto para embarque no porto de origem, sem impostos.

Ex-mill: No comércio internacional, a expressão *ex*, quando aplicada aos preços de venda, significa o ponto a partir do qual aplica o mencionado preço. *Ex-mill* significa que o ponto é a usina, a partir da qual os custos correm por conta do comprador. Do mesmo modo, a expressão *ex-works* significa a mercadoria entregue no estabelecimento do vendedor, que pode ser a própria fábrica, ou seja, a mercadoria na plataforma da fábrica, pronta para despacho.

Imperfeição de mercado: Concentração de poder de mercado, como monopólio, oligopólio, monopsonio e oligopsonio.

Imposto constitucional: São os impostos sobre a renda e sobre serviços (como o ISS).

Imposto direto: Aquele que afeta a riqueza dos contribuintes, pois incide direta e proporcionalmente sobre a importância das riquezas possuídas, como os capitais e rendas (salários) recebido, como é o caso do Impostos de Renda. No Brasil os impostos diretos são progressivos (mais imposto quanto maior for a renda, no sentido de sobrecarregar os contribuintes mais de rendas mais elevados) e os indiretos são regressivos (para aliviar os mais despossuídos).

Imposto indireto: Deriva da atividade produtiva industrial e decorre das ações comerciais, pois é pago na cadeia por vários agentes, em cascata, e incide sobre as vendas, sobre produtos industrializados (IPI e ICMS, por exemplo), na importação etc.

Imposto universal: O mesmo que imposto constitucional, geralmente o imposto direto, o qual depende do consentimento dos contribuintes. Nos regimes de democracia representativa, este consentimento é atribuído ao poder legislativo. Portanto, a mudança da obrigatoriedade destes impostos ou da progressão.

Insumos comercializáveis: São os insumos que possuem preços de produção, fretes e ausência de tarifas alfandegárias que permitem competir e ter viabilidade durante a comercialização no mercado internacional. Não são os fatores de produção.

Monopsônio: Tipo de mercado onde existe apenas um comprador.

Níveis de parâmetros: Níveis eleitos de parâmetros.

Nonefficiency: Não-eficientes, objetivos de políticas de apoiar atividades econômicas mesmo sem eficiência na atividade ou no produto gerado, por questões de subsídio, proteção para segmentos emergentes ou mesmo por se tratar de atividades de importância cultural ou social para determinado território.

Nontradables: Insumos com altos preços de fretes ou distribuição aos locais de produção ou comercialização e com tarifas alfandegárias elevadas que não permite a comercialização no exterior, pelo preço elevado e não competitivo, como a energia elétrica.

Oligopsônio: Tipo de estrutura de mercado em que poucas empresas, de grande porte, são as compradoras de determinada matéria-prima ou produto primário, como é o caso de reduzido (ou concentrado) número de indústrias alimentícias que são compradoras e que negociam com muitos (pequenos, médios e grandes) produtores rurais.

Preços de paridade: Preços de fronteira, preços nos portos de produto importado ou exportado (preços CIF e FOB no porto).

Preços sombra: *Shadow prices* ou preços sociais, aqueles estimados pela remuneração dos fatores no seu uso alternativo.

Tradable: São produtos ou serviços que têm preços formados fundamentalmente pelas forças que operam no mercado internacional e pelos custos médios nos países que os produzem. Estes custos médios do mercado doméstico (custo de produção e fretes, por exemplo) tornam estes produtos viáveis diante da concorrência internacional. Por exemplo, são os insumos agrícolas comercializáveis no exterior, como os fertilizantes, produtos fitossanitários etc.

Trade-off: Em economia, define situação de escolha conflitante. Por exemplo, é quando uma ação econômica que visa à resolução de determinado problema acarreta, inevitavelmente, outros. Trata-se de fato sempre presente e natural diante da escolha de alternativas que sempre possuem pontos fortes e fracos, pois a escolha de uma opção mais vantajosa implica em renúncia de outros benefícios presentes naquelas relegadas ou assumir e aceitar os pontos

negativos da alternativa escolhida. É quando se ganha de alguma coisa mais do que proporcionalmente se perde da outra.

Transferência de renda: Os impostos são meras transferências de renda, o Estado não produz nada e não gera renda, só recebe o que os contribuintes pagam de impostos.

Vantagem comparativa: vantagem comparativa decorre de posições nacionais diferenciadas ou singulares, como são os recursos naturais como terra, água, insolação, bom clima e fertilidade dos solos, em caráter específico de um território em relação a outro. As vantagens competitivas são decorrentes da remoção das distorções dos impostos e taxas medidas pela MAP com os preços sociais.